

Sofia Kuisma

TWITTER TOIMITTAJAN RENKINÄ

Haastattelututkimus Twitterin vaikutuksista uutisjournalistin työhön

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta
Pro gradu -tutkielma
Joulukuu 2019

TIIVISTELMÄ

Sofia Kuisma: Twitter toimittajan renkinä: Haastattelututkimus Twitterin vaikutuksista uutisjournalistin työhön
Pro gradu -tutkielma
Tampereen yliopisto
Journalistiikan ja viestinnän tutkinto-ohjelma
Joulukuu 2019

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoituksena oli saada lisää tietoa siitä, kuinka verkko-yhteisöpalvelu Twitter vaikuttaa uutisjournalistien käytäntöihin tehdä uutisia. Käytäntöjen avulla oli tarkoitus selvittää, vaikuttaako Twitter journalistien käsityksiin journalismin arvoista. Arvojen tutkiminen on mielekästä ja tärkeää, sillä journalismin on pystyttävä perustelemaan merkityksensä yhteiskunnassa myös nykyisessä mediaympäristössään. Tutkimuksellisenä viitekehystenä toimivat ammatti-ideologia, portinvartijuus ja käsitys vuorovaikutukseen perustuvasta osallistuvasta journalismista.

Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään teemahaastattelujen avulla journalistien omia kokemuksia uutistuotannon muutoksista ja sitä kautta toimittajien arvoja. Haastateltavina oli yhteensä kuusi Ylen ja Helsingin Sanomien uutisdeskeissä työskentelevää toimittajaa. Valinta kohdistettiin uutisdeskeihin, sillä niiden tekemä työ kuvastaa hyvin uutis- ja ajankohtaisjournalismia. Lisäksi edellytyksenä oli, että toimittajat käyttivät Twitteriä työssään.

Tutkimus osoitti, että Twitter on muuttanut uutisdeskeissä erityisesti tiedonhakua sekä lähteytystä. Toimittajat käyttivät Twitteriä erityisesti nopeutta vaativissa uutistilanteissa sekä puheenaiheista uutisoitaessa. Toimittajat eivät juurikaan keskustelleet Twitterissä ammatin ulkopuolisten kanssa. Twitterin haasteiksi koettiin se, mitä Twitterin käyttäjiä uutistuotannossa tulisi kuulla sekä kuinka tietoa osattiin arvottaa journalistisin perustein. Journalistien muuttumatonta roolia portinvartijoina kuvasti se, että toimittajat huolehtivat uutistuotannon lähes kaikista vaiheista. Uutisdeskeissä työskentelyn todettiin vaikuttavan saatuihin tuloksiin.

Toimittajat eivät kokeneet Twitterin vaikuttaneen merkittävästi heidän arvoihinsa, Twitterin käyttö kuitenkin korosti nopeutta ja journalistien etiikkaa. Perinteisten arvojen rinnalle nousi haastateltavien keskuudessa läpinäkyvyys. Tutkimustulokset antoivat viitteitä siitä, että Twitter saa journalistit turvautumaan etiikkaansa yhä tiukemmin. Tutkimuksessa todettiin, että vuorovaikutuksen kasvu toimittajien ja ammatin ulkopuolisten välillä voi vaatia journalisteja pohtimaan arvoja, joilla työtä määritellään.

Avainsanat: sosiaalinen media, teemahaastattelu, Twitter, uutisjournalismi
Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

Sisällysluettelo

1.	Johdanto	1
1.2.	Tutkielman rakenne	2
2.	Tutkimuksen viitekehys	4
2.1.	Journalistiset arvot ohjaamassa työtä	4
2.1.1.	Journalismin ydinarvot mukautuvat verkkoympäristössä.....	9
2.2.	Sosiaalinen media muuttaa uutistuotantoa.....	11
2.2.1.	Portinvartijasta portin tarkkailijaksi	16
2.2.2.	Osallistuva journalismi	17
2.2.3.	Osallistumisen mahdollisuudet uutistuotannossa	18
2.3.	Verkkoyhteisöpalvelu Twitter	22
2.3.1.	Twitter uutistuotannon mahdollistajana	23
2.3.2.	Twitterin vaikutuksia journalistin ammattiin.....	26
3.	Tutkimuksen toteuttaminen.....	28
3.1.	Ongelmanasettelu ja tutkimuskysymys	28
3.2.	Teemahaastattelu metodina	29
3.2.1.	Haastatteluaineisto.....	30
3.2.2.	Aineiston keruu.....	32
3.3.	Analyysimenetelmänä laadullinen sisällönanalyysi	33
3.3.1.	Analyysin eteneminen	33
3.3.2.	Haastateltavien taustatiedot	34
4.	Tulokset.....	36
4.1.	Yleinen kokemus Twitteristä.....	36
4.1.1.	Yhteiskäyttöinen tili toimittajien käytössä	38
4.1.2.	Twitterin käytön ohjeistus	39
4.2.	Twitterin merkitys korostuu nopeutta vaativissa uutisissa	40
4.2.1.	Twitter haastaa tiedon arvottamista ja lähteytystä.....	44
4.2.2.	Twitter hyödyllinen uutistuotannon alkupäässä	46
4.3.	Twitter ja ammatti-ideologia	50
4.4.	Twitterin rooli tulevaisuuden uutistytössä.....	52
5.	Päätelmät.....	54
5.1.	Twitterin vuorovaikutteisuus vaatii toimittajia mukautumaan	54
5.2.	Tutkimuksen arviointi ja jatkotutkimusideat.....	60
	Lähteet	62
	Kirjat ja artikkelit.....	62
	Elektroniset lähteet.....	67
	Liite 1. Teemahaastattelurunko	68

1. Johdanto

Kesällä 2016 työskentelin toimittajana uutisdeskissä, ja työvuoroni aikana Nizzassa Ranskassa tapahtui terrori-isku. Olin etunenässä kirjoittamassa uutista tapahtumasta. Tietoja tapahtumien kulusta kerättiin uutistoimistoilta ja ulkomaisilta medioilta sitä mukaa, kun niitä saatiin. Lisäksi silminnäkijähavaintoja etsittiin Twitteristä, sillä virallisia tietoja oli aluksi vain vähän saatavilla. Hetkessä uutinen oli täydentynyt tapahtumapaikalla olleiden henkilöiden havainnoista – kiitos Twitterin.

Tämä on yksi esimerkki siitä, millaisessa tilanteessa olen käyttänyt Twitteriä uutistyössä. Tapoja on paljon muitakin, eivätkä ne liity vain terrori-iskuihin. Twitterin lisäksi myös muita sosiaalisen median alustoja hyödynnetään journalismissa. Journalisti-lehdessä kirjoitettiin lokakuussa 2018 (19.10.2018), että sosiaalinen media on muuttanut journalistisen työprosessin kaikkia vaiheita. Yhdysvaltalainen professori ja journalisti Emily Bell kertoi lehdelle, että muutos liittyy siihen, mihin aiheisiin tartutaan, kuinka juttuja rakennetaan ja millaisen yleisön jutut saavat.

Bellin puheissa kiteytyy ajatus siitä, kuinka sosiaalinen media on vaikuttanut journalismiin. Vielä kymmenen vuotta sitten puhuttiin internetin tuomista muutoksista journalismiin. Internetiä on kutsuttu esimerkiksi vuorovaikutuksen välineeksi ja kansalaisjournalismin mahdollistajaksi. (Väliverronen 2009, 21.) Tarkennan internetin käsitettä sosiaaliseen mediaan, sillä sosiaalinen media käsitteenä palvelee tutkimustani. Sosiaalista mediaa määrittelee Web 2.0 teknologia, eli internetissä toimivat alustat, jotka mahdollistavat vuorovaikutuksen sekä digitaalisen sisällön jakamisen (Hermida 2012, 310–311). Sosiaalisen median alustoista juuri Twitterin sanotaan vaikuttaneen merkittävästi juuri journalismiin, sillä Twitter mahdollistaa sekä uutisten jakamisen että vuorovaikutteisen toiminnan. (Isotalus, Jussila, Matikainen 2018, 18.)

Pro gradu -tutkielmassani tutkin, kuinka toimittajat ovat kokeneet Twitterin muuttaneen uutisjournalismin tuottamisen tapoja. Omakohtaisten kokemusteni vuoksi Twitterin käyttö journalismissa on kiinnostanut minua. Twitterin tutkimisesta mielekästä tekee se, että toiminta Twitterissä on julkista niin alustalle rekisteröityneille käyttäjille kuin ulkopuolisille seuraajillekin. Twitterissä on helppoa viestiä muiden, täysin tuntemattomien käyttäjien kanssa, mikä tekee Twitteristä yhteiskunnallisesti merkittävän. (Emt., 9.) Omien kokemuksieni perusteella tiedon julkisuus ja sen nopea saanti helpottavat toimittajan käytännön uutistyötä. Twitter-viestejä on ollut helppo käyttää uutisissa esimerkiksi lähteenä. Käsittelen Twitteriä tutkimuksessani nimenomaan vuorovaikutuksen kannalta, sillä vuorovaikutus määrittelee sosiaalisen median käyttöä.

Tutkimuksessani tarkastelen, kuinka Twitter mahdollistaa vuorovaikutusta, ja muuttaako vuorovaikutus uutistuotantoa.

Twitterin käyttö uutistuotannossa ei kuitenkaan ole ongelmaton. Bell kommentoi samaisessa Journalistin artikkelissa yhdysvaltalais tutkimusta, jonka mukaan osa journalisteista pitää twiittejä lähes yhtä uutisarvoisina kuin uutistoimisto AP:n otsikoita. Bellin mukaan Twitteriä on kuitenkin helppo manipuloida. Twitter laittaakin journalistit pohtimaan puolueettomuuttaan, tiedon tarkastamisen vaatimuksia sekä ammatillista käytöstään (Hermida 2012, 324). Tämän kaltaiset pohdinnat ovat väistämättä yhteydessä myös journalismin arvoihin.

Journalismin ideologia kuvaa journalistien yhteiseksi määrittelemää ymmärrystä siitä, mitä journalistin toimenkuvaan kuuluu. Tyypillisiä ammatti-ideologisia arvoja ovat julkinen palvelu, objektiivisuus, autonomia, nopeus ja etiikka. Nämä journalistiset arvot näkyvät myös käytännön uutistyydyssä. (Deuze 2007, 163.) Toimittaja ja verkkoilmaisun kouluttaja Terhi Upola käsittelee Livenä ja läsnä -teoksessaan uusia juttutyyppisiä ja kerronnan muotoja. Upola kirjoittaa esipuheessaan, että on puhuttava siitä, miten sosiaalinen media vaikuttaa journalismiin. Upolan mukaan kyse on arvojen muutoksesta. (Upola 2018, 9.) Journalismin perinteiset arvot joutuvat koeteltaviksi, jos journalistinen työ muuttuu sosiaalisen median myötä merkittävästi.

Tutkimusongelmani on, kuinka Twitterin kaltaisen alustan laukaisemat käytännön muutokset uutistyydyssä vaikuttavat journalistien käsityksiin ammatillisesta tehtävästä ja arvoista. Pohdittavana on erityisesti, millainen journalistien rooli on sosiaalisen median käytön myötä. Journalistien on sosiaalisen median myötä pohdittava rooliaan julkisen keskustelun säätelijöinä ja välittäjinä (Hermida 2012, 324). Journalistien tehtävä on pitkään ollut ohjata yleisöä tiedon lähteille ja opastamaan kansalaisia toimimaan demokraattisessa yhteiskunnassa. Sosiaalisen median myötä journalistien asema julkisen keskustelun säätelijöinä voi horjua. Haluan selvittää, voiko Twitter muuttaa journalistien asemaa.

1.2. Tutkielman rakenne

Esittelen toisessa luvussa tutkielmani kannalta merkittävää aiempaa tutkimusta. Aluksi esittelen yleisesti journalistisia arvoja ja sitten sitä, kuinka mediaympäristön muutos on vaikuttanut arvoihin. Tämän jälkeen käsittelen sitä, kuinka sosiaalinen media muuttaa uutistuotantoa ja mahdollistaa sosiaalisen median käyttäjien osallistumisen uutistuotantoon. Luvun lopuksi käsittelen Twitteriä, ja mitä muutoksia Twitterin on todettu aiemmissa tutkimuksissa tuovan uutistuotantoon ja journalistisiin arvoihin.

Kolmannessa luvussa esittelen tutkimuskysymykseni ja paneudun teemahaastatteluun metodina. Käyn läpi aineistoni rajausta ja itse aineiston keruuta. Luvun lopussa esittelen lyhyesti analyysimenetelmääni ja luon lyhyesti analyysini etenemiseen.

Neljännessä luvussa esittelen analyysini pohjalta saatuja tuloksia. Käyn tuloksiani läpi tekemäni teemoittelun pohjalta. Keskityn aluksi yleiseen kokemukseen Twitteristä. Sen jälkeen syvennyn siihen, mikä merkitys Twitterillä on journalistin työssä. Sitten tarkastelen Twitterin vaikutusta ammatti-ideologiaan ja lopuksi katsastan vielä Twitterin tulevaisuudennäkymiä.

Viidennessä luvussa esittelen aiemman tutkimuksen ja tulosten pohjalta tekemiäni päätelmiä. Arvioin myös tutkimukseni toteutumista ja esitän jatkotutkimusaiheita. Tutkielmani lopussa on käyttämäni lähteet ja teemahaastattelurunkoni liitteenä.

2. Tutkimuksen viitekehys

2.1. Journalistiset arvot ohjaamassa työtä

Journalismi voidaan käsittää ideologiaksi, jonka avulla journalistit tekevät merkitykselliseksi oman työnsä, kirjoittaa hollantilainen mediatutkimuksen professori ja tutkija Mark Deuze (2005, 444). Ideologiaa voisi kutsua kokoelmaksi arvoja, jotka määrittelevät ammatillista journalismia. Journalistien ammattia ja kansalaisjournalismia tutkineen Laura Ahvan (2010) mukaan arvot ovat perusta tiedoille ja toiminnalle, joihin demokraattisessa ympäristössä työskentelevät toimittajat tukeutuvat. Ammatillinen journalismin kulttuuri on osa laajempaa journalistisen kulttuurin ympäristöä, joka rakentuu journalismiin liittyvistä käsityksistä, käytännöistä ja tuotteista. Journalistiseen kulttuuriin liittyy kysymys siitä, mikä itseasiassa on journalismia ja kuka journalismia saa harjoittaa. (Ahva 2010, 94–95.) Keskityn ennen kaikkea ammatillisen journalismin määrittelyyn journalististen käytäntöjen kautta.

Journalistit kokevat arvojen antavan oikeutuksen ja uskottavuuden työlleen. Arvot ovat esillä aina, kun journalistit määrittelevät, puolustavat tai kritisoivat tekemiään journalistisia päätöksiä. Keskeiset arvot yhdistetään journalismin laadun arviointiin, ja toisinaan nämä arvot ovat ristiriidassa keskenään. Arvojen avulla journalismin määritelmästä voidaan käydä keskustelua ja päättää siitä, kuinka näitä arvoja voidaan käyttää välineenä siihen, että journalistinen toiminta pysyy ammatinharjoittajien, eli journalistien käsissä. (Deuze 2007, 163–164.) Arvot ovat eräänlainen ankkuri, jolla journalistit perustelevat yhteiskunnallisen asemansa itselleen ja ammatin ulkopuolisille. Journalismin ammatillisista arvoista neuvotellaan joka päivä käytännön työssä uutistuotannon yhteydessä. (Ahva 2010, 95.) Vaikka arvot ohjaavat journalisteja työssään, on hyvä huomata, että käytännön työssä journalistit eivät välttämättä tietoisesti noudata kyseisiä arvoja. Arvot ovat usein journalistien selkärangassa kuin sanattomina sääntöinä, jotka ammatinharjoittajat tunnistavat osaksi journalistista työtään.

Journalismin ideologian on ajateltu koostuvan viidestä ydinarvosta, joita ovat julkinen palvelu, autonomia, objektiivisuus, nopeus ja etiikka. Julkisella palvelulla tarkoitetaan sitä, että työtä tehdään yhteiseksi hyväksi. Journalistien ajatellaan toimivan yleisön puolesta vallan vahtikoirana valvoen valtaapitäviä. Yleisö taas kuluttaa journalistien tuottamia uutisia, eli hyödyntää journalistien tarjoamaa palvelua päätöksentekoon. Autonomialla tarkoitetaan journalistien itsemääräämisvaltaa. Tähän liittyy lehdistönvapaus, vapaus markkinoista sekä journalistien vapaus toimituksissa. Journalistien työn tulisi olla muista instituutioista riippumatonta, jotta se palvelee tarkoitustaan. Objektiivisuus on yksi journalistien tärkeimmistä arvoista, johon journalistien tulisi aina pyrkiä.

Objektiivisuus tekee journalisteista ja heidän työstään uskottavaa, mikä vaikuttaa myös siihen, kuinka luotettavana työtä pidetään. Objektiivisuutta voidaan tarkastella myös vastaavien käsitteiden kuten ammatillisen etäisyyden tai oikeudenmukaisuuden avulla. Nopeudella tarkoitetaan julkaistavan tiedon ajankohtaisuutta. Tieto pyritään tuomaan julkisuuteen mahdollisimman nopeasti. Verkkoympäristö on lisännyt tarvetta nopeuttaa julkaisua, sillä verkkoalustat mahdollistavat jatkuvan julkaisun ja tiedon päivittämisen. Näiden neljän arvon lisäksi journalistit noudattavat eettisiä sääntöjään. Totuuden kertominen ja objektiivisuus ovat yleisesti tärkeäksi katsottuja eettisiä sääntöjä. (Deuze 2005, 446–450.) Kuten huomata saattaa, arvot ovat myös sidoksissa toisiinsa. Esimerkiksi objektiivisuuden toteutuminen riippuu siitä, että journalistit ovat sitoutuneet noudattamaan eettisiä sääntöjä.

On kiistanalaista, kuinka yleismaailmallisia journalistiset arvot ovat. Kaikki viisi arvoa tuskin toimivat kaikkien maiden journalistisissa järjestelmissä. Deuzen (2005) mukaan demokraattisissa yhteiskunnissa työskentelevät journalistit jakavat yhteisiä piirteitä ja pitävät samoja arvoja tärkeinä jokapäiväisessä työssään. Tosin näitä arvoja voidaan tulkita eri tavoin, ja siten arvot saavat erilaisia merkityksiä eri yhteiskunnissa. (Ema., 445.) Ahva (2010) kirjoittaa demokratian oikeuttavan kaikki journalistiset arvot, ja siksi demokratia itsessään on myös journalistien jakama arvo. Journalismi on alusta, jolla demokratiasta voidaan keskustella. Lisäksi journalistit tarjoavat yleisölle tietoa yhteiskunnasta. (Ahva 2010, 87–88.) Yleistäen voisi sanoa, että demokraattiset valtiot mahdollistavat journalismin, joka perustelee olemassaoloaan viiden mainitun arvon perusteella. Siksi Suomessa oletettavasti nojataan näihin arvoihin journalismia tehdessä.

Journalisteja on pyritty luokittelemaan sen perusteella, minkälaisiin arvoihin nämä perustavat työnsä. Vuosikymmenet ovat tuoneet mukanaan uudenlaisia painotuksia työssä, jotka viittaavat arvojen, jos ei muuttumiseen, niin mukautumiseen. Tutkija ja yliopistonlehtori Kari Koljonen (2014) on käsitellyt journalistien jakoa kahteen ryhmään: korkean ja notkean modernin journalisteihin. Korkean modernin journalisteja leimaa tiedonvälityksen tärkeys, jossa pyritään totuudenmukaiseen ja yhteiskunnallisesti merkitykselliseen uutisointiin. Korkean modernin journalistit informoivat kansalaisia, jotta nämä osaavat tehdä päätöksiä ja toimia yhteiskunnassa. Objektiivisuus on heidän työnsä ohjenuora, kun taas omien mielipiteiden ilmaisemista vältetään. Korkean modernin journalistit eivät kyseenalaista auktoriteetteja. He keskittyvät luotettavuuteen, vaikka se tarkoittaisi nopeudesta tinkimistä tiedonvälityksessä. Ammattietiikassa korkean modernin journalisteja ohjaa totuuden kertominen, joka perustuu tiedonvälitykseen, objektiivisuuteen, portinvartijan ja tarkkailijan roolin ylläpitämiseen. (Koljonen 2014, 77–79.) Korkean modernin journalisti tukeutuu työssään kaikkiin edellä esiteltyihin arvoihin.

Korkean modernin journalistin vastapainona on notkean modernin journalisti, joka arvostaa tiedonvälityksen rinnalla tarinankerrontaa ja keskustelua. Notkean modernin journalismin edustajat kuulevat mielellään yleisön mielipiteitä ja palvelevat kuluttajia parhaansa mukaan. Journalistit ovat käsityksensä mukaan vallan vahtikoiria ja kyseenalaistavat auktoriteetteja. Notkean modernin journalistit kilpailevat hyvistä uutisjutuista. Nopeus on välttämätöntä, ja luotettavuudesta ollaan valmiita tinkimään kilpailussa selviytymiseksi. Notkean modernin journalistit tasapainoilevat totuuden kertomisen ja seurausten välillä. Tämä johtuu siitä, että journalistien eetoksessa korostuvat sisällöt, subjektiivisuus, agenda sekä osallistuminen. (Ema., 77–80.) Notkean modernin journalistin arvot myötäilevät mielestäni mediaympäristön muutosta ja kuvastavat muuttuneita vaatimuksia journalistin työssä. Kuitenkaan notkean modernin journalisti ei sellaisenaan myöskään kuvaa nykyajan journalistin vaalimia arvoja, sillä journalistit uskovat edelleen työssään oleviin kulmakiviin.

Arvojen notkistuminen juontaa juurensa yhteiskunnallisiin muutoksiin 1990-luvulla, jossa päättäjien yksimielisyys alkoi rakoilla, talous muuttui epävakaaaksi ja yhteiskunnan luottamus sääntelyyn heikkeni. Journalismista tuli liiketoimintaa, jossa kilpailu, pirstoutuminen ja katkonaisuus leimasivat työntekoa. (Ema., 81.) Liiketoiminnan ja ammatillisen journalismin ideaalit ovat keskenään ristiriitaisia. Journalismia ohjaavat nykyään esimerkiksi verkkomedian sivujen kävijämääriä mittaavat luvut, mikä näkyy vaatimuksissa tehostaa journalismin tuottoja. Liiketoiminnan merkityksen kasvu journalismissa on pakottanut journalistit mukautumaan, mikä näkyy journalististen ammatti-arvojen notkistumisena.

Sisältöjä tuottavat ammattilaiset heijastavat osaltaan organisaatioita ja niiden harjoittamaa liiketoimintaa (Ettema, Whitney & Wackman 1997, 33). Journalistiset arvot eivät siis voi olla täysin riippumattomia mediaorganisaatioista, joiden sisällä he työskentelevät. Uutisorganisaatioissa ammatillisten arvojen ja liiketoiminnan ristiriita näkyy johtoportaan ja journalistien välisenä yhteentörmäyksenä. Journalistien epämuodollinen valta syntyy ammattia koskevista ohjeista, erityisesti objektiivisuudesta (emt., 39). Journalistit pyrkivät noudattamaan arvojaan, mutta asettuvat samalla välikäteen yrittäessään toteuttaa myös mediaorganisaation käsitystä sisällöstä ja liiketoiminnasta. Ammatillisen journalismin kulttuurin vastapainona on mediaorganisaatioiden kulttuuri, joka vaatii jatkuvaa kilpailua liiketoiminnan ylläpitämiseksi. Toimituskulttuuri rakentuu ammatillisesta journalismin kulttuurista ja mediaorganisaatioiden kulttuurista. Toimituksissa käydäänkin jatkuvaa väantöä siitä, mihin arvoihin journalistien tulisi työssään nojata. (Ahva 2010, 98.)

On syytä huomioida, että tutkimukseni kohteena ovat nimenomaan suomalaiset journalistit ja heidän journalistiset arvonsa, johon uutistyyössä nojataan. Tutkijat Reeta Pöyhtäri, Jari Väliaverronen ja Laura

Ahva (2014) selvittivät suomalaistoimittajien käsityksiä ammatista ja sen tehtävästä osana kansainvälistä Worlds of Journalism -tutkimusta. Kyselyyn vastanneet suomalaistoimittajat pitivät melko perinteisiä rooleja tärkeänä, kuten totuudenmukaista raportointia, riippumattoman tarkkailijan roolia sekä ajankohtaisten tapahtumien arviointia. Lisäksi journalistit pitivät tärkeänä demokratian toteutumista tukevia tehtäviä, esimerkiksi tiedonvälitystä päätöksentekoa varten. Suomalaistoimittajien vastaukset kuvastavat korkean modernin mallin toteutumista. Toisaalta toimittajat nostivat vastauksissaan esiin myös tarinoiden kerronnan, mikä taas noudattaa notkean modernin käsitystä journalismista. Uusien tehtävien, kuten viihdyttävyyden ja yleisöjen houkuttelun, tärkeydestä oli toimittajien keskuudessa paljon hajontaa. (Pöyhtäri, Väliaverron & Ahva 2014, 9–12.)

Ammatillinen etiikka koettiin suomalaistoimittajien keskuudessa tärkeänä, vaikka kolmannes toimittajista koki voivansa myös käyttää harkintaa tilanteesta riippuen. Vastaajien ajateltiin nojanneen Journalistin ohjeisiin sekä mediatalojen omiin ohjesääntöihin. Tuloksissa näkyi journalistien suuntautuminen kohti notkeaa modernia, jossa toimittajat voivat toimintaympäristön muutoksen vuoksi päätyä pohtimaan seurauksia ja siten käyttämään tilannekohtaista harkintaa. (Emt., 17–19.)

Journalistisen itsesääntelyelimen Julkisen sanan neuvoston Journalistin ohjeet on ryhmä sääntöjä journalismin ammatissa toimiville. Sääntöjen avulla pyritään valvomaan sananvapauden vastuullista käyttöä ja edistämään ammattieettistä keskustelua. Journalistin ohjeissa sanotaan muun muassa, että journalisti on vastuussa yleisölleen. Ohjeistuksena on myös, että sisällöstä tulee päättää journalistisin perustein, eikä päätöksentekoa saa luovuttaa toimituksen ulkopuolisille henkilöille. Lisäksi ohjeissa sanotaan, että journalistin tulee pyrkiä totuudenmukaisuuteen. (JSN 2013.) Journalistin ohjeissa on esillä aiemmin esittelemiäni journalismin ydinarvoja, kuten julkinen palvelu ja autonomia. Sääntöjen voi katsoa olevan osa suomalaisten journalistien eettisiä ohjeita. Julkisen sanan neuvosto tuottaa ja uusii säännöillään journalistien arvoja ja niiden merkitystä.

Julkisen sanan neuvosto on myös huomionnut toimintaympäristön muutoksen ohjeissaan, sillä vuonna 2011 hyväksytty liite sisältää ohjeita yleisön tuottamasta sisällöstä ja sen journalistisesta käsittelystä. Liitteessä on muun muassa mainittu, että toimituksellisen sisällön ja verkkopalstojen sisältö on eroteltava toisistaan tiedostusvälineiden verkkosivuilla. (JSN 2011.) Muuttunut mediaympäristö ei ole radikaalisti muuttanut ohjeita, mutta se on vaatinut Julkisen sanan neuvostoa ottamaan kantaa arvojen mukautumiseen.

Yksi vaikuttava tekijä arvojen mukautumisessa saattaa olla journalistisukupolvien erot. Pöyhtäri, ym. (2014) havaitsivat vastauksissa eroja eri ikäluokkien kesken. Vanhemmat toimittajat pitivät nuoria toimittajia tärkeämpänä sitä, kuinka toimittaja vaikuttaa yleiseen mielipiteeseen. Iän lisäksi työuran pituus vaikutti käsityksiin ammatista. (Pöyhtäri ym. 2014, 13–14.) Vanhempaan sukupolveen kuuluvat journalistit luultavasti kuuluvatkin korkean modernin aikakaudella uraa uurtaneisiin toimittajiin, joiden käsitykset ammatista ovat muovautuneet ajalle tyypillisessä ympäristössä. Kuitenkin myös nuoremmat toimittajat jakavat korkean modernin arvoja. Pauliina Lehtonen (2013) on tarkastellut tutkimuksessaan nuorten journalistien näkemyksiä ammatista. Tutkimusta varten Lehtonen haastatteli alle 35-vuotiaita toimittajia. Haastateltavilla oli vahva ammatillinen identiteetti, johon kuuluu journalististen periaatteiden noudattaminen. Noudatettavia periaatteita oli esimerkiksi toimittajien riippumattomuus, totuudenmukaisuus sekä kriittisyys lähteitä ja toimittajan omia mielipiteitä kohtaan. Periaatteiden noudattaminen liittyi viime kädessä siihen, että tarkoituksena on palvella yleisöä. (Lehtonen 2013, 53–55.) Journalististen ydinarvot nähtävästi vaikuttavat toimittajiin iästä huolimatta.

On mahdollista, että arvot iskostuvat toimittajaan jo ennen uran alkua esimerkiksi opintojen aikana, minkä vuoksi toimittajat ikään katsomatta nojaavat perinteisiksi koettuihin arvoihin. Tätä tukee myös suomalaisten journalistiopiskelijoiden käsityksiä kartoittanut tutkimus, jonka mukaan journalistit ovat sopeutuneet toimittajan ammattiin jo opiskellessa (Mäenpää 2015, 31). Journalistiopiskelijat olivat valmiita mukautumaan ympäristön muutokseen, vaikka he eivät ole valmiita luopumaan perinteisinä pidetyistä journalistisista arvoista. Haastateltavien mukaan yksi tärkeimmistä toimittajan rooleista on tarinankertoja. Kuitenkin journalistiopiskelijat kokivat toimittajien tehtäväksi demokratiaa edistävän journalistisen toiminnan, kuten tiedon tarjoamisen yleisölle. (Emt., 16–17.) Toimittajaopiskelijat pitivät myös kiinni journalismin yleisistä eettisistä ohjeista. Enemmistö haastatelluista ei hyväksynyt jutun julkaisemista ilman kaikkien tietojen varmistamista, mutta osa olisi sallinut tilannekohtaisesti tällaisen toiminnan. Uutiskilpailun ja kiireen koettiin lisäävän painetta juttujen nopeaan julkaisuun. (Emt., 21–22.)

Kahtiajakautuminen arvoja soveltaviin ja perinteisiin arvoihin nojaaviin journalisteihin on havaittavissa nuorten toimittajien keskuudessa. Lehtonen (2013) jakaa nuoret toimittajat visionääreihin ja perinteisiin journalisteihin. Visionäärit ovat avoimia uusille toimintatavoille, ja he kokevat sosiaalisen median tärkeänä välineenä omassa työssään. Perinteiset toimittajat innostuvat hitaammin uusista tavoista tuottaa journalismia. He käyttävät sosiaalista mediaa, mutta erottavat henkilökohtaisen ja toimittajan roolit toisistaan. Perinteiset journalistit pitävät objektiivisuutta tärkeänä, kun visionääreille työprosessien läpinäkyvyys on noussut objektiivisuuden rinnalle.

(Lehtonen 2013, 104–105.) Mediaympäristön muutos on tuskin ainoa syy sille, että arvot ovat vaatineet mukautumista. Muuttuneella ympäristöllä on kuitenkin merkitystä sille, kuinka toimittajat käytännön työssä toimivat noudattaakseen journalistisia arvoja. Seuraavaksi tarkastelenkin sitä, mitä arvoja mediaympäristön muutos on mukanaan tuonut.

2.1.1. Journalismin ydinarvot mukautuvat verkkoympäristössä

Kartoittaakseni sosiaalisen median tuomia muutoksia journalismin ammatti-ideologiaan, tarkastelen tässä verkkoympäristön vaikutusta journalistisiin ydinarvoihin, joita ovat julkinen palvelu, autonomia, objektiivisuus, nopeus ja etiikka (Deuze 2005, 446–450). Syynä ydinarvojen mukautumiseen on journalistien ja ammatin ulkopuolisten toimijoiden muuttunut suhde tiedonvälityksessä. Deuze (2005) on kirjoittanut journalismin muuttuvan yhteistyötä painottavaksi ja osallistumiseen perustuvaksi multimediajournalismiksi, joka haastaa journalistisen ideologian (Deuze 2005, 452). Journalistien ja ammatin ulkopuolisten välinen vuorovaikutus taitaakin olla merkittävin muutos, joka vaikuttaa siihen, kuinka journalistit perustelevat asemansa yhteiskunnassa.

Ajatus journalismista julkisena palveluna muuttuu digitaalisen mediaympäristön myötä, sillä teknologia mahdollistaa uusien äänien pääsyn julkisuuteen erilaisten verkkojulkaisualustojen kautta. Verkkojulkaisualustoista esimerkkeinä toimivat blogit ja podcastit. Niin mainostajat kuin kansalaisetkin voivat saada äänensä kuuluviin, mikä siirtää journalistit sivuun tiedonvälitystehtävästä ja horjuttaa siten journalistien ammatillista identiteettiä. (Deuze 2007, 156.) Tämä käsitys ei ole kuitenkaan toimittajien omien kokemusten perusteella käynyt toteen myöhemmässä tutkimuksessa. Fenton ja Witschge (2011) selvittivät, kuinka journalistit kokivat verkon haasteiden vaikuttavan heidän ammatilliseen auktoriteettiin. Selvisi, etteivät journalistit arvostaneet verkossa syntynyttä vakiintumatonta journalismia, kuten blogeja tai kansalaisuutisia, sillä sisältö ei nojaa journalistien ammatillisiin arvoihin. Sisältö koostuu mielipiteistä, jotka on yritetty pukea faktan muotoon. (Fenton & Witschge 2011, 152.) Journalistit uskoivat rooliinsa julkisen edun palvelijoina. Journalistien kuuluu tarjota tietoa, joka on olennaista julkisen päätöksenteon ja siten myös demokratian toteutumisen kannalta. (Emt., 157.)

Yleisön kasvava vaikutus uutistyössä ja verkon mahdollistama vuorovaikutuskulttuuri saavat pohtimaan myös journalistien autonomisen aseman muutosta. Itse käsitän tässä tapauksessa autonomian etenkin kysymykseksi siitä, kuinka journalistinen vapaus ja riippumattomuus journalismin toteutuvat, kun vuorovaikutus journalistien ulkopuolisten toimijoiden kanssa lisääntyy. Esa Reunanen ja Kari Koljonen (2014) kirjoittavat yleisölähtöisyyden korostuneen journalismissa.

Tämä tarkoittaa sitä, että ongelmiin tartutaan yleisön lähtökohdista. (Reunanen & Koljonen 2014, 54.) Verkko on mahdollistanut sen, että yleisö voi reagoida uutiseen ja käydä keskustelua aiheesta. Yleisön mielipide heijastaa sitä, mikä uutisaihe on tärkeä. Reaktioilla on vaikutusta siihen, mistä aiheista journalistit haluavat uutisoida, eli yleisön reaktiot kertovat toimittajille uutisen merkittävyydestä. (Emt., 56–57.) Voi ajatella, että journalistit luovuttaisivat osan autonomiastaan ammatin ulkopuolisille, jos ulkopuolisten toimijoiden annetaan määritellä uutisen merkittävyyttä. Reunasen ja Koljosen mukaan ammatin ulkopuolisten neuvojen kuunteleminen ei välttämättä merkitse autonomian rajoittamista, ellei journalisti itse koe toimintavapautensa kaventuneen. Kirjoittajien mukaan muutokset ovat normalisoituneet työn ominaisuuksiksi, joiden rajoissa työtä tehdään. (Emt., 158.)

Niin kauan kuin journalistit pystyvät perustelemaan yhteiskunnallista asemaansa verkkoympäristössään, on epätodennäköistä että arvot muuttuvat hetkessä. Journalistisen työn käytännöt ja ihanteet kulkevat eri tahtia. Käytännöt muuttuvat ihanteita nopeammin, mutta lopulta käytäntöjen muutos vaikuttaa myös ihanteisiin. (Emt., 162.) Journalistit voivat verkkoympäristössä vakiintuneiden käytäntöjen myötä joutua omaksumaan arvoja, jotka eivät ole aiemmin kuuluneet niihin ideologisiin ihanteisiin, joita journalismissa on aiemmin ylläpidetty. Vuorovaikutteisessa mediaympäristössä journalistit voivat perustella asemaansa esimerkiksi avoimuuden ja subjektiivisuuden kautta.

Avoimuus on totuudenmukaisuuden rinnalle noussut arvo. Tähän on vaikuttanut erityisesti verkon vuorovaikutuskulttuuri, sillä journalistien on perusteltava journalistiset ratkaisunsa yleisölle ja siten perusteltava myös asemansa tiedonvälittäjänä. Avoimuutta on esitetty myös vaihtoehdoksi objektiivisuudelle. (Reunanen & Koljonen 2014, 93–94.) Deuze (2005, 456) on todennut objektiivisuuden saavan uusia tulkintoja vuorovaikutuksen ja mediaorganisaation uusien toimintatapojen myötä. Avoimuus on korostunut erityisesti sosiaalisen median aikakaudella. Eliisa Vainikan (2014) tutkimushaastatteluissa ilmeni, että sosiaalinen media on tuonut muiden arvojen rinnalle avoimuuden, jonka avulla toimittajat pystyivät rakentamaan uskottavuutta. Haastattelujen perusteella avoimuus ilmenee niin ideologisena avoimuutena, lähteiden jakamisena, toimituksellisten valintojen läpinäkyvyytenä, työn ja vapaa-ajan roolien sekoittumisena, henkilökohtaisten asioiden avoimuutena ja persoonan avoimuutena. (Vainikka 2014, 127–128.) Reunasen ja Koljosen (2014) tutkimuksessa toimittajat pitivät avoimuutta myönteisenä asiana, mutta objektiivisuus on kuitenkin edelleen ammatin ytimessä. (Reunanen & Koljonen 2014, 104.)

Avoimuuden tarvetta voisi perustella se, että toimittajilta vaaditaan verkkoympäristössä aiempaa subjektiivisempaa otetta. Vainikka uskoo, että tulevaisuudessa toimittajan tulee toimia keskustelun

ylläpitäjänä yleisön ja asiantuntijoiden välillä. Toimittaja jakaa uutta tietoa keskusteluun ja esittää aiheesta myös omia mielipiteitään. (Vainikka 2014, 140.) Uskottavuuden rakentaminen journalistina on todennäköisesti helpompaa, jos esimerkiksi henkilökohtaisista näkemyksistä kerrotaan läpinäkyvästi. Reunanen ja Koljosen tutkimuksessa tasapuolisuus koettiin tärkeänä ominaisuutena, mutta jotkin toimittajat uskoivat tulkintojen tekevän uutisesta kiinnostavampia ja syvällisempiä. Omat näkemykset on kuitenkin pystyttävä perustelemaan. (Reunanen & Koljonen 2014, 102.) ja Verkkomedian todetaan lisänneen toimittajien painetta esiintyä aiempaa persoonallisemmin. Journalistit voivat persoonallisella tyylillä parantaa suhdetta yleisöönsä ja parantaa siten median kilpailuasetelmia. (Reunanen & Koljonen 2014, 115–118.) Uudet arvot eivät ainoastaan auta toimittajia perustelemaan yhteiskunnallista asemaansa, vaan ne auttavat myös mediaorganisaatioita parantamaan liiketoimintaansa. Uudet arvotkaan eivät ole mediaorganisaatioista riippumattomia.

Subjektiiivisuus ja avoimuus vaativat journalisteilta ennen kaikkea uuden mediaympäristön hallintaa. Dan Gillmor (2006) on kirjoittanut teknologian vaikutuksesta journalismiin ja journalismin muuttumisesta yhä vuorovaikutteisemmaksi. Gillmorin mukaan teknologioiden käyttäminen ei tarkoita eettisten rajojen ylittämistä vaan ydinarvojen, kuten oikeudenmukaisuuden, virheettömyyden ja huolellisuuden, ylläpitämistä. Vain siten ammatillinen journalismi voi selvitä. Yleisön kuuntelu ja heidän kanssaan keskustelu ei tarkoita, etteikö edelleen pitäisi kerätä faktatietoa ja jakaa sitä yleisölle. Gillmorin mukaan periaatteita voidaan noudattaa sitä paremmin, mitä enemmän journalistit kuuntelevat ja osallistuvat keskusteluun. (Gillmor 2006, 134–135.)

2.2. Sosiaalinen media muuttaa uutistuotantoa

Edellä olen esitellyt yleisesti verkkoympäristön vaikutuksia journalistisiin arvoihin. On syytä tarkastella lähemmin verkon tuomien alustojen muutoksia käytännön uutistyyliin, jotta myös journalististen ideaalien muutosta voi paremmin ymmärtää. Käytännön työ on se paikka, jossa journalismin arvot tulevat todeksi (Ahva 2010, 95). Tarkastelen ensin yleisesti uutistuotantoa. Esittelen sitten muutoksia, joita sosiaalinen media on uutistuotannon käytäntöihin tuonut.

Journalismissa on kyse sosiaalisista verkostoista, joissa tietoa jaetaan. Journalismi on perinyt mallin viestintärakenteesta, jossa sosiaalisiin verkostoihin kuuluvat henkilöt ottivat osaa tiedon jakamiseen. Verkostojen ja siihen kuuluvien yhdistävien ydinhenkilöiden avulla tieto kulki verkostoissa. Perinteisesti ydinhenkilöillä oli pääsy tietoon, jota valitaan, tuotetaan ja editoidaan. Tämän jälkeen tietoa jaettiin eteenpäin verkostossa ja lopulta vastaanottajat tulkitsevat saamaansa tietoa. Journalismissa tämä prosessi on vakiintunut, jolloin verkoston ydintoimijat ottavat vastuun tiedon

välityksestä. Journalismissa verkon ydintoimijoina ovat esimerkiksi mediaorganisaatiot ja uutistoimistot, jotka pääsevät tiedonlähteille, tekevät valinnat, tuottavat ja editoivat uutiset, jotka sitten jaetaan verkoston muille jäsenille. Tiedon tulkinta on osittain myös journalismin ohjaamaa, sillä media antaa tiedosta oman tulkintansa tarjoamalla tiedosta kommentteja ja mielipiteitä. Kehitys ei kuitenkaan ole päättynyt tähän, vaan tiedonvälitys muuttuu uusien vaihtoehtojen ja haasteiden myötä. (Domingo ym. 2008, 327–329.)

Domingo (2008) esittää, että tiedonvälitys ei ole yksinomaan median ja uutistoimistojen käsissä, vaan yksittäiset yhteiskunnan jäsenet ja organisaatiot voivat ottaa osaa viestimiseen. Perinteisen tiedonvälityksen purkautuminen pieneltä ydinjoukolta useille liittyy Domingon mukaan uuteen teknologiaan. Verkko laajentaa yksilön sosiaalisia verkostoja, joka mahdollistaa kaikkien halukkaiden pääsyn osaksi journalismin tuotantoprosessia. (Domingo ym. 2008, 331.) Vastaavasti Andrew Chadwickin (2013) käsite hybridimediasta laajentaa käsitystä perinteisestä journalismin tuotantoprosessista. Joukkotiedotusvälineiden aikana medioilla on ollut valtaa määritellä omien vakiintuneiden käytäntöjen ja normien perusteella mediakentän ulkopuolisia järjestelmiä kuten politiikkaa. Nykyinen mediaympäristö on kuitenkin laajentanut käsitystä median toiminnasta, sillä myös massamedioiden ulkopuoliset toimijat, kuten poliitikot, voivat olla määrittelemässä politiikkaa. Chadwick 2013, 19–21.) Käsitän tämän niin, että journalismi ei olekaan enää varattu vain journalisteille, heidän ajatusmalleilleen ja käytännöilleen tiedonvälityksestä, vaan nykyinen mediaympäristö on mahdollistanut eri toimijoiden osallistuvan määrittelyyn tiedosta ja tiedonvälityksestä heidän omilla ehdoilla.

Journalismin tuotantoprosessin muutosta tukee Deuzen (2005) ajatus siitä, että uudet mediateknologiat ovat haastaneet yhden merkittävimmistä journalismin ”totuksista” eli journalistin roolin päätettäessä, mitä tietoa yleisölle tarjotaan (Deuze 2005, 451). Journalistit ovat aiemmin asiantuntijoina valvoneet tiedon tuotannon prosessia. Journalistit ovat tuottaneet tietoa oman ammatillisen kulttuurinsa perusteella, joihin muilla toimijoilla ei ole aiemmin ollut pääsyä. Sosiaalinen media kyseenalaistaa journalistin ammatillisen roolin luotettavan ja uutisarvoisen tiedon sanelijana. (Hermida 2012, 310.) Jotta voin käsitellä tarkemmin sosiaalisen median roolia journalismissa, esittelen ensin sosiaalisen median toimintaa yleisesti.

Sosiaalinen media käsittää José van Dijckin mukaan internetissä toimivat sovellutukset, ja ne onkin erotettava verkkosivuista. Verkkosivut ovat olleet kanavia, jossa muun toiminnan ohella vuorovaikuttaminen on ollut mahdollista. Sosiaalisen median alustat ovat verkkosivuja yksiselitteisempiä. Niiden toiminta perustuu pääosin sisällön jakamiseen alustan yhteisön kesken. (van Dijck 2013, 6.) Verkkosivut toimivat ikään kuin yläkäsitteenä kaikelle verkossa tapahtuvalle

toiminnalle, kun taas sosiaalinen media nojaa yksittäisiin verkon mahdollistamiin ominaisuuksiin, monilla alustoilla vuorovaikutukseen yhteisön kesken.

Sosiaalisen median alustat ovat siis nimensä mukaisesti syntyneet vuorovaikutuksen tarpeeseen. Katri Lietsala ja Esa Sirkkunen (2008) kirjoittavat sosiaalisen median alustoja määrittelevän usein seuraavat tuntomerkit: alustalla jaetaan sisältöjä, alustan käyttäjät luovat, jakavat ja arvioivat sisällön itse; kaikella sisällöllä on oma linkkinsä, URL, jonka avulla sisällön löytää verkosta; kaikilla sosiaalisen median henkilöillä on oma käyttäjä sivunsa. Lisäksi sosiaaliseen median alustoilla toimintaan voi liittyä käyttäjien yhteisöllisyys, ilmainen toimintaan osallistuminen, sisältöjen merkkäminen yhteisin avainsanojin (*tags*), sisällön jakaminen päivittyvälle etusivulle (*feed*) sekä mahdollisuus osallistua toiminnan kehittämiseen. (Lietsala & Sirkkunen 2008, 24.) Sosiaalinen media korostaakin osallistumista, avoimuutta, keskustelua, yhteisöllisyyttä ja yhteyttä toisiin käyttäjiin. Sosiaalinen median avulla maantieteellisesti kaukana toisistaan olevat samoista asioista kiinnostuneet henkilöt voivat pitää toisiinsa yhteyttä ja toimia yhdessä. (Hermida 2012, 311.)

Sosiaalista mediaa voikin jaotella sen perusteella, mihin toimintoihin ne keskittyvät. Van Dijckin (2013) mukaan suurin osa alustoista on verkkoyhteisöpalveluita (*social networking sites* tai *SNSs*), jotka pääasiassa perustuvat yksilöiden tai ryhmien väliseen viestintään. Verkkoyhteisöpalvelut muokkaavat henkilökohtaisia, ammatillisia ja maantieteellisiä yhteyksiä ja rohkaisevat ihmisiä luomaan omien sosiaalisten verkostojen ylittäviä yhteyksiä. Kyseisiä palveluja ovat esimerkiksi Facebook, Twitter ja LinkedIn. Jotkin sosiaalisen median alustat, kuten YouTube ja Wikipedia, rohkaisevat käyttäjiä luovuuteen ja edistävät ammatillisen tai harrasteellisen sisällön jakamista yhdellä alustalla. Van Dijck käyttää kyseisistä sisällöistä nimitystä *user-generated content* (tai *UGC*), joka kuvaa sitä, että käyttäjät ovat tuottaneet sisällön. (van Dijck 2013, 8.) Käytän tässä kohtaa käsitteenä sisällönjakopalvelua kuvaamaan sisällön jakamiseen tarkoitettua alustaa (Lietsala & Sirkkunen 2008, 42).

Sosiaalisen median alustoihin kuuluvat myös kauppa- ja markkinointialustat (*trading and marketing sites* tai *TMSs*), esimerkiksi Amazon ja eBay, sekä pelaamiseen tarkoitettut alustat (*play and game sites* tai *PGS*), kuten FarmVille. (van Dijck 2013, 8.) 2010-luvulla sosiaalinen media onkin ollut lähinnä sateenvarjokäsite melkein mille tahansa sosiaalisuutta hyödyntävälle verkkopalvelulle. Esimerkiksi uutissivustot omaavat sosiaaliselle medialle tyypillisiä piirteitä, kuten tykkäyspainikkeita sekä keskustelualueita lukijoille. (Saarikoski ym. 2013, 15–16.)

Sosiaalisen median alustojen vuorovaikutteisuudesta voi kiistellä, sillä sosiaalisuus on osittain keinotekoisesti rakennettu, sillä vuorovaikutteisuus perustuu välineellisyyteen. Van Dijckin (2013)

mukaan sosiaalinen käsitteenä viittaa sekä ihmisten välisiin että automatisoituihin yhteyksiin. Sosiaalisen median alustoilla ihmiset voivat jakaa ideoitaan ja arvojaan, mikä lisää yksilöiden sosiaalisuutta. Kuitenkin teknologiaan perustuva sosiaalisuus mahdollistaa myös käyttäjien ohjailun. Alustoilla ihmiset kertovat mieltymyksistään, esimerkiksi siihen tarkoitetulla painikkeella, minkä perusteella voidaan ohjata käyttäjiä. (van Dijck 2013, 11–12.) Tämä herättää kysymyksiä siitä, kuinka moni käyttäjistä todellisuudessa pyrkii ylläpitämään oikeista sosiaalisia yhteyksiä, ja kuinka moni käyttäjistä on valepukuisia automatisoituja tietokoneohjelmia eli botteja, joiden avulla käyttäjiä voidaan tarkkailla ja vaikuttaa heihin. Botit voivat vaikuttaa journalismiin, jos sosiaalista mediaa hyödynnetään toimituksissa.

Jos sosiaalinen media on vaikuttanut tiedon tuottamiseen, on olennaista tarkastella sen tuomia muutoksia uutistuotannossa. Gillmorin (2006) mukaan uutisten tuottajien säännöt ovat muuttuneet, sillä kuka tahansa pystyy tuottamaan uutisia. Hän esittää kolme uutta sääntöä, joista ensimmäinen on, että järjestelmän ulkopuoliset voivat perehtyä uutisten tuottajien ammattitoimintaan. Toiseksi mediajärjestelmien sisällä olevista tulee keskustelun kävijöitä. Kolmanneksi tieto voi elää omaa elämäänsä huolimatta siitä, onko se totta vai ei. (Gillmor 2006, 45–46.) Gillmor on kirjoittanut uutistuotannon muutoksesta aikana, jolloin puhuttiin sosiaalisesta mediasta esimerkiksi blogien tasolla. Kuitenkin nämä säännöt pitävät edelleen paikkaansa nykyisen kaltaisessa mediaympäristössä, kun sosiaalisen median alustoja on enemmän käytettävissä.

Pöyhtäri ym. tutkimus (2014) tukee käsityksiä siitä, että järjestelmän ulkopuoliset voivat olla osana ammatillista uutistuotantoa ja että mediajärjestelmien sisällä olevista tulee keskustelun kävijöitä. Toimittajat kokivat sosiaalisen median käyttäjien ja käyttäjien tuottaman sisällön merkityksen kasvaneen journalismissa jonkin verran tai paljon. Tutkijoiden mukaan tämä oli yhteydessä siihen, että lehdet ja perinteiset viestimet olivat siirtyneet verkkoon ja ottaneet sosiaalisen median palveluita käyttöönsä. (Pöyhtäri ym. 2014, 30). Toimittajat kokivat myös journalistien ja yleisön vuorovaikutuksen merkityksen kasvaneen. Tutkijat liittivät lisääntyneen vuorovaikutuksen myös sosiaalisen median kehitykseen. (Emt., 32.)

Yleisöllä on erilaisia tapoja tuottaa sisältöä sosiaalisen median kautta ammatillisen journalismin kentällä. Journalismien ammatillaiset mieltävät sosiaalisen median käyttäjät uutislähteiksi, jotka voivat tarjota silminnäkijähavaintoja. Tämän lisäksi yleisö toimii tuntosarvina tärkeille uutisaiheille ja -tapahtumille. (Hermida 2012, 313.) Raeymaeckers ym. (2015) tutkimuksessa selvisi, että sosiaalista mediaa käytetään harvoin lähteenä, sillä suurin osa uutisista tehdään perinteisten lähteiden, kuten tiedotteiden pohjalta. Kuitenkin lähes kaksi kolmesta kyselytutkimukseen vastanneesta piti sosiaalisen median hyödyntämistä uutistyydyssä myönteisenä asiana. Vastanneet

tunnustivat sosiaalisen median roolin merkittävänä tiedonlähteenä. Tutkijat uskoivat tämän ristiriitaisuuden johtuvan siitä, että sosiaalisesta mediasta poimittujen lähteiden journalistista laatua sekä totuudellisuutta epäillään. (Raeymaeckers ym. 2015, 113–114.)

Journalistit voivat tehdä yhteistyötä sosiaalisen median käyttäjien kanssa siinä vaiheessa, kun uutisten tietoja täydennetään tai uutisen jakelua halutaan tehostaa. Mediat voivat olla yhteydessä yleisöön sosiaalisen median kautta ja pyytää materiaalia Yleisöä voidaan myös hyödyntää epäsuorasti, ja käyttää jo sosiaalisesta mediasta löytyvää materiaalia. Toisinaan journalistit voivat hyödyntää suurtakin määrää sosiaalisessa mediassa julkaistavasta tiedosta, ja kuratoida tietoa juttukokonaisuuksiksi. Sosiaalinen media toimii myös uudenlaisena sisällön jakelukanavana. Tiedotusvälineet voivat itse sosiaalisen median alustoilla mainostaa sisältöään, saavuttaa aiempaa isomman yleisön ja rakentaa median brändiä. Myös kansalaiset voivat jaksaa sosiaalisen median verkostoissa uutisia ja keskustella niistä. Uutisten jakaminen ja niistä keskusteleminen laajentavat uutisten saavutettavuutta. (Hermida 2012, 315–317.)

Edellä esitellyissä tutkimuksissa järjestelmän ulkopuoliset toimijat olivat yleisöä. Gillmor (2006, 45) on huomauttanut, etteivät säännöt koske vain journalisteja. On hyvä huomata, että ammatin ulkopuoliset toimijat voivat sosiaalisessa mediassa olla kansalaisia, organisaatioita tai yrityksiäkin. Patrick Ferrucci (2018) tarkasteli tutkimuksessaan, mitkä verkkoyhteisöpalveluiden käyttäjät vaikuttavat uutistuotantoon. Uutistuotantoon pääsivät vaikuttamaan journalistit, mielipidevaikuttajat, yleisö ja median ulkopuoliset organisaatiot. Kaikkien käyttäjien rooli ei kuitenkaan ole yhtä merkittävä. Journalistit saivat vaikuttaa uutistuotantoon koko prosessin aikana. Sosiaalista mediaa käytettiin erityisesti tuotannon alkuvaiheessa juttuaiheiden kartoittamiseen sekä myös lähteiden etsimiseen ja tuotannon lopussa yleisen mielipiteen kartoittamiseen julkaisun jälkeen. Mielipidevaikuttajat saivat tuottaa sisältöä yhteistyössä toimittajien kanssa tai vaikuttaa jakeluun. Mielipidevaikuttajat antoivat ideoita juttujen tekoon ja toimivat lähteenä. Yleisöä hyödynnettiin uutisen rakentamisessa. Lisäksi yleisö sai kommentoida journalistisia tuotoksia. Median ulkopuoliset organisaatiot taas tarjosivat aiheita, joista journalistit saivat kirjoittaa. (Ferrucci 2018, 9–13.)

Sosiaalinen media lisää ammatin ulkopuolisten osallistumista, eikä aina myönteisesti. Gillmorin mukaan tieto voi uutistuotannossa muuttaa muotoaan (2006, 46), millä käsitän viittaavan käytäntöihin, joilla toimittajat tarkistavat alustoilta kerättäviä tietoja. Sosiaalisen median alustoilta kerätyn tiedon vahvistaminen ja nopeus asetetaan vastakkain. Journalistit joutuvat tasapainoilemaan sen välillä, onko tieto tarkistettua vai onko media uutiskilpailussa ensimmäinen. Käytäntöjen välillä tasapainoillaan esimerkiksi siten, että ajankohtaisia tietoja sosiaalisesta mediasta julkaistaan samanaikaisesti ammatillisesti vahvistetun tiedon ohella. (Hermida 2012, 320.)

2.2.1. Portinvartijasta portin tarkkailijaksi

Journalismiin ja uutistuntuuttamiseen liittyy portinvartijuuden käsite, joka on perinteisesti ollut yksi keskeisimmistä journalistin tehtävistä. Portinvartijana journalistit valitsevat, kirjoittavat, editoivat, asemoivat, aikatauluttavat, toistavat ja muuten viestivät tietoa niin, että tiedosta tulee uutisia. Portinvartijoina toimittajat rakentavat kuvaa maailmasta. (Shoemaker, Vos & Reese 2009, 73.) Axel Brunsin mukaan portinvartijuus on perustunut siihen, että painetut sanomalehdet tai televisiolähetykset pystyivät tarjoamaan vain pienen valikoiman uutisia päivässä, ja siksi uutisten merkitystä yleisöille oli arvioitava tarkkaan. Lisäksi tiedotusvälineitä oli niukasti, mikä antoi toimittajille valtaa päättää uutisagendasta. (Bruns 2011, 118–119.) Journalistin itseymmärrykseen on kuulunut päättää siitä, mitä yleisön tulisi saada tietää (Singer 1997, 73). Journalistit jäljentävät arvojaan uutistyyliin juuri portinvartijan asemassa, sanellen mikä on tärkeää ja mikä julkaistavaa (Deuze 2007, 163–164). Toimittajien portinvartijan asema onkin tärkeä, jotta journalistiset arvot toteutuvat.

Verkkoympäristö on vaikuttanut siihen, kuinka toimittajat käsittävät portinvartijan tehtävänsä. Jane Singer (1997) tutki journalistien roolia portinvartijana verkkoympäristön muutoksen keskellä 1990-luvun lopulla, kun työnkuva muuttui printtilehden toimittajasta verkkotoimittajaksi. Toimittajien mukaan tiedon arviointi oli tiedon valitsemista tärkeämpää. Toimittajat pitivät tiedon arvioimista tarpeellisena, sillä verkko kasvattaa tiedon tulvaa. (Singer 1997, 77.) Portinvartijan roolissa on verkkoympäristössä kyse siitä, mitä kaikesta saatavilla olevasta tiedosta on arvokasta julkaistavaksi ja totta (emt., 80). Toimittajat pohtivat myös mahdollisuutta keskustella lukijoiden kanssa ja ottaa heitä mukaan uutistuotantoon. Kansalaisilta voi kerätä ideoita ja heitä voisi käyttää lähteenä. Lisäksi vuorovaikutus epävirallisten lähteiden kanssa helpottuu. (Singer 1997, 85.) Singerin tutkimuksessa muutokset näkyvät erityisesti siinä, miten toimittajat suhtautuvat tiedon valitsemiseen.

Singer tutki verkkoympäristöä, mutta tutkimukseni kannalta on tärkeää käsitellä sitä, kuinka sosiaalinen media on muuttanut toimittajien roolia portinvartijoina. Journalistit tai journalistiset organisaatiot eivät ole ainoita, jotka jakavat tarpeellisena pitämäänsä tietoa yleisöille ja johtavat keskustelua (Barnard 2018, 54), vaan sosiaalisessa mediassa siihen tarjoutuu mahdollisuus ammatin ulkopuolisille. Käsitettä voi joutua määrittelemään uudelleen. Lietsala ja Sirkkunen (2008) ovat pohtineet journalistien roolin muutosta sosiaalisessa mediassa. Heidän mukaansa journalistien rooli ja työ muuttuvat sitä myötä, mitä enemmän yleisö osallistuu. Esimerkiksi yleisön kommenttien myötä journalistit keräävät ideoita. Kuvien ja videoiden kautta journalistit muokkaavat sisältöä ja julkaisevat

sitä. Yleisön osallistuminen journalistisiin projekteihin, kuten tiedon keräämiseen ja taustoitukseen, muuttaa journalistien roolia ”mediatyöläiseksi”. (Lietsala ja Sirkkunen 2008, 153–155.)

Bruns kuvailee portinvartijuuden muutosta termillä *gatewatching*, jonka voisi kääntää porttien tarkkailuksi. Sosiaalisen median käyttäjät voivat itse journalisteista riippumatta järjestellä ja kuratoida uutisarvoista tietoa ja uutisia, sillä alustojen uutisvirtaa ei valvo kukaan. Brunsin mukaan huomiota voidaan kiinnittää aiempaa laajempaan valikoimaan aiheita, kun joukko erilaisia käyttäjiä on prosessissa mukana. (Bruns 2011, 121–122.) Taakan jakaminen toimittajien ja käyttäjien kesken antaisi toimittajille enemmän tilaa keskittyä ammatillisen journalismin ytimeen eli tutkivaan työhön ja jutun kehittämiseen. Nämä tehtävät eivät ole ammatin ulkopuolisten toteutettavissa. (Bruns 2011, 126–127.) Portinvartijuus liittyy selkeästi ammatinharjoittajien ulkopuolisten osallistumiseen journalismissa, minkä vuoksi osallistuvaa journalismia on syytä käsitellä tarkemmin.

2.2.2. Osallistuva journalismi

Osallistuva journalismi on journalismin muoto, joka on sosiaalisen median alustojen myötä arkipäiväistynyt ja tullut mahdolliseksi osaksi uutistuotantoa toimituksissa. Singer ym. (2011) käyttävät englanninkielistä käsitettä *participatory journalism*, sillä se kuvaa toimitusten ja toimitusten ulkopuolisten välistä vuorovaikutusta ja yhteistyötä. Ihmiset viestivät keskenään, kehittävät uutissivustoja ja rakentavat yhteisöjä. Esimerkiksi mikroblogit ja verkkoyhteisöpalvelut ovat paikkoja osallistumiselle. Lasican mukaan [2003] osallistuminen tarkoittaa muun muassa kommentointia, keskustelufoorumeja, käyttäjien blogeja, lukijoiden kirjoittamia arvioita ja artikkeleita. (Singer ym. 2011, 2.)

Borgerin ym. (2013) mukaan osallistumiseen liittyy ajatus demokraattisten mahdollisuuksien lisäämisestä. Tutkimuksessa selvitettiin, kuinka osallistuvan journalismin käsittely on journalismin tutkimuksissa muuttunut vuosien 1995 ja 2011 välillä. Digitaaliset teknologiat avaavat mahdollisuuksia yleisön aktiiviselle toiminnalle. Toisaalta osallistumisen journalismiin liitettiin myös ajatus siitä, että ammatillinen journalismi on epäonnistunut tehtävässään lisätä demokraattista osallistumista. Osallistumisen mahdollisuuksia kyllä tarjotaan, mutta journalistit pitävät silti kiinni oikeudestaan uutisten tuotantoon sekä tietojen tarkastamiseen. (Borger ym. 2013, 125–127).

Ahva (2010) tekee selvän eron osallistuvan journalismin (*participatory journalism*) ja kansalaisjournalismin (*public journalism*) välille. Ahva määrittelee osallistuvan journalismin erityisesti verkkojournalismin muodoksi, jossa yleisöstä tehdään osallistujia. Kansalaiset voivat esimerkiksi tarjota uutisaiheita, materiaalia ja kommentteja. Osallistuvaan journalismiin liittyy myös

kollektiivisuus, josta hyvä esimerkki on joukkoistaminen. Joukkoistamalla yleisön jäseniä avukseen journalistit voivat esimerkiksi käsitellä suuria tietomääriä. (Ahva 2010, 64.)

Kansalaisjournalismissa osallistuminen on väline kansalaisten aktivoimiseksi. Kansalaisjournalismi tekee kansalaisista ja journalisteista ideaalitapauksissa yhteistyötovereita, jossa kansalaiset voivat osallistua keskusteluun ja verkostoitua. Kuitenkaan kaikki kansalaisia osallistava toiminta ei ole kansalaisjournalismia. Kansalaisjournalismin avulla pyritään julkiseen keskusteluun, jonka tarkoituksena on saada kansalaiset osallistumaan demokratiaan ja ratkaisemaan yhteiskunnan ongelmia. (Emt., 48–49.) Kansalaisjournalismi ei kuitenkaan tarkoita journalistisista riippumattomuudesta luopumista. Journalistien kuuluu yhtäläillä perustella lähteidensä käyttö ja tarkastella niitä kriittisesti, kuin minkä tahansa muunkin lähteen kohdalla. (Emt., 52.) Ahva erottaa kansalaisjournalismin kansalaisten omista sisällöistä (*citizen journalism*), jossa ammatilliset journalistit tai julkaisijat eivät osallistu sisällön tuotantoon missään vaiheessa prosessia. (Emt., 64.)

Ahvan kirjoittaa, että kansalaisjournalismissa on demokraattinen tavoite saada yleisö keskustelemaan, ja siksi yleisöä kutsutaan kansalaisiksi. Osallistuva journalismi ei vastaavalla tavalla keskity demokraattisiin ihanteisiin, ja siksi yleisöä kutsutaankin käyttäjiksi tai tuottajiksi. (Emt., 66–67.) Käyttäjistä kirjoitettiin myös Borgerin ym. (2013) tutkimuksessa, jossa havaittiin, että osallistuvan journalismin rinnalle on tullut käsite käyttäjälähtöinen sisältö (*user generated content*). Käsite kuvaa kansalaistoiminnan sijaan passiivisten käyttäjien tuottamaa sisältöä. (Borger ym. 2013, 130.)

Lawrence, Radcliffe ja Schmidt (2017) pitävät osallistumista yläkäsitteenä muille yleisön osallistumista kuvaaville termeille. He käyttävät itse tutkimuksessaan käsitettä *engagement*, jonka voisi kääntää yleisöjä sitouttavaksi toiminnaksi. (Lawrence, Radcliffe & Schmidt 2017, 1221–1222.) Mielestäni osallistuva journalismi on hyvä käsite tutkimuksessani kuvaamaan ammattiin kuulumattomien osallisuutta journalismiin, sillä se ei määrittele kuka osallistuja on tai mitä motiiveja osallistujalla on. Tarkastelen seuraavaksi, kuinka osallistuva journalismi vaikuttaa uutistuotantoon.

2.2.3. Osallistumisen mahdollisuudet uutistuotannossa

Kuten aiemmin esitin, journalismia on yleensä kuvailtu mallilla, jossa journalistit päättävät aiheista, tuottavat uutiset ja jakelevat ne verkostoihin (Domingo ym. 2008, 327–329). Uutistuotantoa voidaan jäsenellä vielä tarkemmin. Uutistuotanto voidaan jakaa viiteen työvaiheeseen: havainnointiin, valintaan, tuotantoon, jakeluun ja tulkintaan. Ensimmäinen vaihe koskee tiedonhankintaa, jonka perusteella uutinen rakennetaan. Toisessa työvaiheessa, valinnan kohdalla, tehdään päätöksiä siitä,

mistä uutisoidaan ja mikä on julkaisemisen arvoista. Toimittajan portinvartijan roolin on yleisesti ajateltu toteutuvan juuri valinnan vaiheessa. Kolmas vaihe koskee itse uutisen rakentamista. Siihen kuuluvat uutisen sisällön tekeminen ja editointi. Neljäs työvaihe on valmiin tuotteen jakelu, joka tarkoittaa valmiin uutisen julkaisemista. Viides ja viimeinen vaihe tarkoittaa yleisön mahdollisuutta kommentoida juttua ja käydä siitä keskustelua. (Hermida 2011, 18.)

Alfred Hermida (2011) on tutkinut yleisön mahdollisuutta osallistua journalistiseen sisällön tekemiseen verkkomedioissa. Hän kirjoittaa journalismien ammattilaisten olleen aiemmin vastuussa neljästä ensimmäisestä työvaiheesta. Lisäksi journalistit ovat myös osallistuneet viimeiseen vaiheeseen eli tulkintaan. Osallistumista edistävät työkalut, kuten sosiaalisen median alustat, ovat mahdollistaneet sen, että kansalaiset voivat osallistua uutistuotantoon. Tutkimuksessa selvisi, että kansalaisilla on monenlaisia mahdollisuuksia osallistua tiedonhankintaan. Kansalaiset saattoivat esimerkiksi lähettää tekstiä tai audiovisuaalista materiaalia toimitukseen. (Hermida 2011, 17–18.) Hermida käsittelee käyttäjiä ensisijaisesti yleisönä. Käsittelen tutkimuksessani nimenomaan sosiaalisen median käyttäjiä, mikä ei automaattisesti tarkoita yleisöä. Sosiaalisessa mediassa on monenlaisia käyttäjiä, joilla on erilaisia mahdollisuuksia osallistua uutistuotantoon (Ferrucci 2018, 9–13). Käyttäjä sanana ei määrittele sitä, keitä osallistujat ovat.

Inka Partanen (2014) havaitsi pro gradu -tutkielmassaan, että yleisö saattoi maakuntalehden verkkokeskusteluissa osallistua ideointiin, joka tarkoittaa verkkokeskusteluissa tarjottuja juttuaihteita tai näkökulmaehdotuksia. Aiheet saattoivat syntyä välillisesti, jolloin toimittajat poimivat verkkokeskustelusta hyväksi katsomiaan ideoita. (Partanen 2014, 53.) Partanen ei huomioi tutkimuksessaan sitä, toteutuivatko yleisön ideat. Toimittajille yleisö voi olla ehtymätön puro, joka tarjoaa juttuideoita. Partasen kaltaisia havaintoja löytyy myös Aino Sirkesalon (2015) pro gradu -tutkielmasta, jossa selvitettiin, miten toimittajat suhtautuvat yleisön osallistumiseen sekä mahdollisuuksia, joita toimittajat tarjosivat yleisölle (Sirkesalo 2015, 30). Yleisöä saatettiin hyödyntää ideoinnissa ja taustatiedon hankinnassa. Lisäksi toimittajat etsivät haastateltavia yleisön joukosta. (Emt., 62–63.)

Verkkoympäristöstä erityisen tekee se, että toimittajat voivat tarkastella tiedon virtaa ja poimia virrasta haluamia asioita ilman, että toimittajan tarvitsee olla yhteydessä tiedon tuottajiin. Vainikka ym. (2013) tutkivat toimittajien verkkoläsnäoloa ja uskottavuutta, ja toimittajia voidaankin kutsua ”lurkkaajiksi”. Toimittajat eivät aktiivisesti osallistuneet keskusteluun, vaan seurasivat keskustelua ja käyttivät verkkokeskustelussa syntynyttä sisältöä journalistisiin tarkoituksiin. (Vainikka ym. 2013, 41.) Pelkkä keskustelun seuraaminen ei rakenna toimittajien uskottavuutta verkossa. Siksi toimittajilla on oltava aikaa verkossa olemiseen ja ammattitaitoa verkon

hyödyntämiseen. (Emt., 101.) Lisäksi keskustelun etuna on se, että saadun tiedon paikkansapitävyyden voi varmistaa. Samoja ohjeita voisi soveltaa myös sosiaaliseen mediaan.

Osallistuminen voi olla myös aiheesta riippuvaista. Sirkesalon tutkimuksessa selvisi, että haastateltavista suurin osa piti uutisia sopimattomana alueena yleisön osallistamiseen. Osallistumiseen sopivat paikallisista tapahtumista uutisoiminen sekä juttusarjat. (Sirkesalo 2015, 62–63.) Hermidan tutkimuksessa kansalaiset saivat osallistua kevyempien aiheiden, kuten matkustamisen ja kulttuurin, tuottamiseen (Hermida 2011, 21–22). Kuitenkin sosiaalisesta mediasta poimittavat käyttäjien tiedot tuntuvat palvelevan uutistuotantoa silloin, jos kyse on ajankohtaisista uutisaiheista, joihin tarvitaan nopeasti reaktio. Journalistit arvostivat erityisesti silminnäkijähavaintoja sekä audiovisuaalista materiaalia, jotka kytkeytyivät tuoreisiin uutisiin (emt., 28).

Osallistuminen havainnoinnin vaiheessa voi olla mahdollista, mutta journalisti on vastuussa uutisista ja tekee lopulliset päätökset. Hermidan tarkastelemissa toimituksissa lukijoille annettiin harvoin mahdollisuus osallistua valinnan vaiheeseen (Emt., 21). Vaikka Sirkesalon tapauksessa mukaan yleisöä otettiin mukaan ideointiin, haastateltaviksi, sisällöntuottajiksi sekä kommentoijiksi, toimittajat itse halusivat tehdä valinnat (Sirkesalo 2015, 64). Partasen tutkimuksessa toimittajat seurasivat verkkokeskusteluja tarkastellakseen yleisön mielenkiintoa eri aiheita kohtaan. Yleisö saattoi osallistua verkkokeskusteluun kommentein, jotka sittemmin tietoisesti julkaistiin lehdessä. Verkkokeskustelut ovat yleisölle mahdollisuus osallistua välillisesti aiheiden valintaan ja julkaisuun. (Partanen 2014, 54–55.) Välillisen osallistumisen ongelmana on, ettei yleisö tiedä olevansa osallinen journalistien sisältöjen lopputulokseen (emt., 60).

Onkin pohdittava, voidaanko tässä puhua osallistumisesta, jos yleisö ei ole osallistumisestaan tietoinen. Varsinaisesta vuorovaikutuksesta ja yhteistyöstä journalistien ja yleisön välillä ei ainakaan voi puhua. Välillinen osallistuminen voi osoittaa journalistien vastahakoisuutta luovuttaa työsarkaa ammatin ulkopuolisille. Journalistien haluttomuutta puoltaa se, että Hermidan tarkastelemissa toimituksissa yleisöä ei haluttu ottaa mukaan uutisten tuotantoon ja editointiin. Kansalaiset saattoivat tarjota omia artikkeleitaan, joiden laatua ja sisältöä toimitukset kuitenkin tarkasti valvoivat. (Hermida 2011, 21–22.) Myös Sirkesalo totesi tutkimuksessaan toimittajien haluavan editoida sisältöjä itse (Sirkesalo 2015, 64).

Myös jakelu kuului pääosin journalismin ammattilaisille. Jakelu tapahtui uutissivustojen kautta, joita tiedotusvälineet kontrolloivat. Hermidan tutkimuksessa yleisö saattoi osallistua uutisten jakamiseen

sähköpostitse tai sosiaalisessa mediassa. Lisäksi yleisön luetuimmat artikkelit näkyivät joidenkin medioiden verkkosivuilla. (Hermida 2011, 23.)

Tulkinta sen sijaan on usein kuulunut yleisölle, vaikka mediat osallistuvatkin tulkintaan itse. Hermidan tutkimuksessa yleisö osallistui tulkinnan vaiheeseen esimerkiksi äänestyksillä, kommentoimalla uutisia niille tarkoitetuilla alueilla sekä toimittajien blogeissa. Kommenttikenttien sekä blogien kautta yleisö saattoi helposti olla yhteydessä toimittajiin. (Hermida 2011, 24–25.) Partasen tutkimuksessa yleisön kommentit toimivat palautteena toimittajille. Tulkinnaksi laskettiin myös esimerkiksi virheiden korjaaminen ja uutisen syntyprosessista kertominen. (Partanen 2014, 55.) Yleisön osallistuminen tulkintaan voi olla tiedotusvälineelle liiketoiminnan kannalta kannattavaa. Lawrencen ym. (2017) tutkimuksessa journalistit kokivat yleisöjen sitouttamisen koskevan pääasiassa yleisön reaktioiden seuraamista sekä yleisön tavoittelua sisältöjen äärelle. Käyttäjille tarjottiin alusta, jossa he voivat osallistua kommentointiin. (Lawrence, Radcliffe & Schmidt 2017, 1227–1228.)

Lawrencen ym. tutkimuksessa yleisön osallistumisen ongelmaksi osoittautui käyttäjien kommenttien laatu. Osa toimittajista kertoi havainneensa kommentoijien olevan jopa vihamielisiä. Tällainen kommentointi johti osassa lehdistä loukkaavien kommenttien poistoon tai kommenttikenttien sulkemiseen. (Emt., 1234.) Tämä on yksi ongelmista, joita osallistuva journalismi voi tuoda mukanaan. Thorsten Quandt (2018) käyttää termiä *dark participation*, jota voi kuvata kielteiseksi, itsekkääksi ja jopa uhkaavaksi tavaksi osallistua journalistiseen uutistuotantoon. Esimerkiksi ”trollaaminen” eli tahallinen häirintä verkkokeskusteluissa, journalistisen maineen käyttäminen kielteisesti ja disinformaation levittäminen ovat kielteisiä tapoja osallistua uutistuotantoon. Häirinnällä pyritään usein vaikuttamaan toisten käyttäjien mielipiteisiin. Sosiaalisissa verkostoissa levitetään väärää tietoa, joka on päässyt jo julkisuuteen tai väärää tietoa levitetään siinä toivossa, että tiedotusvälineet uutisoivat aiheesta. Nämä ovat propagandan muotoja, joiden tarkoituksena on horjuttaa luottamusta tiedotusvälineisiin. Quandtin mukaan tällainen osallistumisen muoto on länsimaissa kasvussa. (Quandt 2018, 40–41.)

Osallistuminen on siirtynyt tiedotusvälineiden kommenttikentistä sosiaalisen median alustoille, missä toimittajilla ei ole mahdollisuutta tai edes vastuuta valvoa osallistumista samalla tavalla kuin tiedotusvälineen kommenttikentissä. Quandt kirjoittaa sosiaalisen median alustojen olevan vielä vaarallisempia osallistumisen paikkoja, sillä käyttäjät voivat osallistua uutistuotantoon. Käyttäjät voivat tuottaa uutisia perinteisistä tiedotusvälineistä riippumatta tai tuottaa paikkaansa pitämättömiä uutisia tiedotusvälineiden nimissä. Kielteinen osallistuminen riippuu tekijöistä, tekijän motiiveista, osallistumisen kohteesta, kohdeyleisöstä ja osallistumisen tavoista. (Emt., 41.) Kielteisen

osallistumisen kohdistuminen uutistuotantoon on tutkimukseni kannalta olennaisinta. Vaikka kohteena ei olisi suoraan medioiden tiedonvälitys, voi tapaus päättyä uutisoitavaksi esimerkiksi sosiaalisesta mediasta poimitun tiedon vuoksi. Välillinen osallistuminen voi yhtälailla horjuttaa median asemaa luotettavana tiedonvälittäjänä. Kielteisen osallistumisen seuraukset medioille saattavat selittää paljonkin sitä, miksi journalistit eivät anna ammatin ulkopuolisten olla osana uutistuotantoa.

2.3. Verkkoyhteisöpalvelu Twitter

Aion keskittyä tutkimuksessani verkkoyhteisöpalvelu Twitteriin, minkä vuoksi esittelen Twitterin toimintaa ja sitä, kuinka Twitteriä on aiemmissa tutkimuksissa hyödynnetty uutistuotannossa. Twitter on yhteisö- ja mikroblogipalvelu, joka otettiin käyttöön vuonna 2006. Twitter on kiinnostava ja hyödyllinen alusta tutkittavaksi, sillä Twitterin käyttö perustuu profiileihin, joita periaatteessa kuka tahansa voi seurata ja kommentoida. Kaikki julkaistut viestit päivittyvät etusivulle. Twitterin yksi pääajatuksia on käyttäjäkeskeinen toiminta ja ajatus toisten käyttäjien seuraamisesta. Alustan alkuaikoina seuraaminen tarkoitti keskustelujen käymistä reaaliajassa sekä käyttäjien kommenttien seuraamista ja niihin vastaamista. (van Dijck 2013, 71.) Twitterin yhteiskunnallinen merkitys ilmenee siten, että Twitterissä on helppoa viestiä muiden, täysin tuntemattomien käyttäjien kanssa (Isotalus, Jussila, Matikainen 2018, 9). Vuorovaikutusta eivät siis määrittele käyttäjien omat kaveri- ja tuttavapiirit, jotka määrittelevät muissa verkkoyhteisöpalveluissa, kuten Facebookissa, vuorovaikutusta.

Twitterissä keskustelua käydään lyhyiden viestien eli twiittien avulla. Twiitit voivat olla enintään 280 merkin mittaisia, minkä vuoksi viestit voivat levitä nopeasti. Twiittiin mahtuu vain vähän ja sen tuottamiseen ei mene juurikaan aikaa. Toisaalta twiitin heikkous on juuri sen lyhydessä, sillä viestissä ei pysty selittämään asiayhteyttä laajemmin. (Isotalus, Jussila, Matikainen 2018, 10.) Twiiteille tunnusomaista ei ole niinkään itse sisällöllinen painoarvo, vaan ennemmin viestin ilmaisu ja persoonallisuus. Twiitit toimivat erityisesti voimakkaiden mielipiteiden tai reaktioiden ilmaisuun. Twiittejä käytetäänkin joukkotiedotusvälineissä eräänlaisina kommentteina, jotka toimivat sitaattien ja nostojen asemesta. (van Dijck 2013, 77.) Twiittien sisältöä on käsitelty tässä lähinnä tekstin muodossa, mutta viestit voivat sisältää kuvia ja videoitaakin. Twitter on kuitenkin ensisijaisesti tekstiin keskittyvä alusta, minkä vuoksi mahdollisuudet kuvien ja videoiden jakamiseen ovat rajatut.

Twitterin vuorovaikutteisuutta ymmärtääkseen tulee tarkastella alustan kielioppia, jota käyttäjät voivat viesteissään hyödyntää. Twiiteissä voi käyttää hashtagia eli aihetunnisteita. Aihetunnisteilla

voi kuvata viestin sisältöä tai lisätä sen osaksi laajempaa julkisesti käytävää keskustelua. Aihetunnisteiden lisäksi twiiteissä voi käyttää @-merkkiä, jolla viesti osoitetaan toiselle käyttäjälle. Näin viestimisestä tulee entistä vuorovaikutteisempaa. Tämä mahdollistaa myös viestiketjujen luomisen käyttäjien välillä, jolloin voi puhua keskustelun käymisestä alustalla. Toisten käyttäjien twiittejä voi lisäksi uudelleentwiitata, jolloin viesti jaetaan edelleen omille seuraajille. Näin tietoa voi levittää nopeastikin eteenpäin. Twiitistä voi tykätä, jolla voi osoittaa pitävänsä viestin sisällöstä. (Isotalus, Jussila, Matikainen 2018, 10–11.)

Twitteriä pidetään usein kaikille käyttäjille tasa-arvoisena alustana, sillä periaatteessa kuka tahansa voi lähettää viestejä ja osallistua käytäviin keskusteluihin. Twitterin käyttö on kuitenkin käytännössä mutkikkaampaa. Twitterissä merkityksellistä on se, ketkä siellä viestivät. Twitterissä voidaan havaita eräänlainen eliitti, jotka ovat pääasiallisia viestijöitä ja keskustelun ylläpitäjiä. Syynä epätasa-arvoon on alustan rakenne sekä käyttäjien ohjailtavuus. Vaikka alusta on avoin ja vapaa, todellisuudessa keskustelua käy pieni joukko toisiinsa yhteydessä olevia vaikutusvaltaisia käyttäjiä, jotka osaavat hallita isoja seuraajajoukkoja. Vaikutusvaltaiset käyttäjät voivat kasvattaa yhden twiitin painoarvoa ja saada siten lisää seuraajia. (van Dijck 2013, 74.) Usein vaikutusvaltaisimmat käyttäjät ovat eliitin asemassa myös alustan ulkopuolella. Seuraajamäärät kertovat suosiosta ja vaikutusvallasta Twitterin verkostoissa. (van Dijck 2013, 76.)

Twitter-eliitin asema saattaa korostua Suomessa, jossa käyttäjiä on vähän. Twitter ei julkaise tietoja käyttäjämääristä, mutta Tilastokeskuksen (2019) mukaan Twitteriä käyttää yli 15-vuotiaista vain noin joka kymmenes, kun esimerkiksi Facebookia käyttää reilusti yli puolet (Tilastokeskus 2019). Twitterissä käytävien keskustelujen kannalta tämä voi tarkoittaa sitä, että keskustelua käydään pienen joukon kesken.

Twitter-eliitti on hyvä pitää mielessä, kun pohditaan journalistien tapoja käyttää Twitteriä. Myös journalistit osallistuvat aktiivisesti keskusteluihin ja jakavat sisältöjä Twitteriin (Isotalus, Jussila, Matikainen 2018, 18), minkä vuoksi journalistien voi ajatella olevan eliitin asemassa. Journalistit voivat myös ohjailla käyttäjiä ja esimerkiksi hyödyntää Twitteriä uutistuotantoon. Journalistit voivat löytää Twitteristä ajankohtaisia uutisaiheita, kerätä tietoa ja etsiä lähteitä sekä joukkoistaa käyttäjiä (Matikainen & Villi 2018, 198–199).

2.3.1. Twitter uutistuotannon mahdollistajana

Kuten edellä esitin Twitterin ominaisuudet tarjoavat journalisteille mahdollisuuden hyödyntää Twitteriä uutistuotannossa. Journalistit voivat rohkaista käyttäjiä vuorovaikutukseen journalistien

kanssa ja etsiä uutisaiheita sekä lähteitä. Journalistit voivat myös hyödyntää alustan julkista keskustelua ja tiedon virtaa journalistisiin tarkoituksiin. Nämä ovat syitä sille, miksi päädyin rajaamaan tutkimuskohteeni Twitteriin, sillä alustaa voi hyödyntää uutistuotannossa.

Stephen Barnard (2018) esitteli tutkimuksessaan kahdeksan käytäntöä, jotka hän havaitsi tyypillisiksi Twitteriä käyttäville journalisteille (Barnard 2018, 66). Barnardin mukaan tiedonkeruu on ollut keskeistä journalisteille, ja Twitterissä journalistit voivat kerätä tietoa seuraamalla yksittäisiä tilejä ja puheenaiheita. Twitteriä seuraamalla journalistien ei tarvitse turvautua yksinomaan perinteisten medioiden julkaisuihin, eivätkä journalistien omat verkostot rajoita tiedonkeruuta. Barnardin mukaan tiedonkeruuta lähellä on myös lähteyttäminen. Journalistit voivat olla Twitterin välityksellä yhteydessä lähteisiin. (Barnard 2018, 67–68.)

Barnardin Twitteriä käyttävien journalistien käytännöt kuvaavat erityisesti sitä, että Twitter muuttaa uutistuotannon ensimmäistä vaihetta. Twitter soveltuu perinteisiin tapoihin etsiä tietoa ja haastateltavia. Lasorsa, Lewis ja Holton (2012) havaitsivat tutkimuksessaan, että twiittaavat journalistit käyttivät alustaa vähemmän sillä ajatuksella, että ammattiin kuulumattomat osallistuisivat uutistuotantoon tai tarjoisivat tietoa luotettavuuden tai läpinäkyvyyden lisäämiseksi. Eliittimediat olivat muita medioita haluttomampia jakamaan mielipiteitä ja ottamaan käyttäjiä osaksi uutistuotantoa. Syynä tähän saattaa olla saavutettu vakaa asema, jota ei haluta horjuttaa. (Lasorsa, Lewis & Holton 2012, 30–31.) Twitterin käyttäminen voi tuoda uutiselle lisäarvoa ja säästää aikaa. Onkin syytä pohtia sitä, millaisissa tilanteissa journalistit ovat valmiita soveltamaan Twitteriä uutistuotannossa. Riippuuko Twitterin käyttö toimituskulttuurista vai uutisaiheesta?

Twitterin hyötyä uutistuotannossa voi punnita uutisaiheiden kannalta. Twitteriä voi käyttää lähteenä onnettomuuksien, rikosten, kulttuurin, median, urheilun ja politiikan aiheista uutisoidessa (von Nordheim, Boczek & Koppers 2018, 819). Twitterin todellinen hyöty näyttäytyy nopeutta ja reaaliaikaista tietoa vaativien uutisten kohdalla. Tästä parhaimpana esimerkkinä toimii kriisiuutisointi. Laura Huuskonen (2018) tarkasteli kahden kriisiluontoisen uutistapahtumien avulla Twitterin ja muun sosiaalisen median roolia uutisoinnissa. Tapauksina toimivat lentoyhtiö EgyptAirin lentokoneen katoaminen Välimeren yllä toukokuussa 2016 sekä Yhdysvalloissa Orlandossa tehty ampumisisku yökerhoon kesäkuussa 2016. (Huuskonen 2018, 218.) Sosiaalinen media näyttäytyi merkittävänä tiedonlähteenä, ja uutisissa viitattiin sosiaalisen median lähteisiin muita lähteitä enemmän. (Emt., 227.)

Brunsin mukaan Twitter-käyttäjien tietoihin äkillisten uutistapahtumien aikana suhtaudutaan eri tavoin kuin mitä ennalta tiedettyjen uutistapahtumien yhteydessä. Äkilliset uutistapahtumat ovat

hetkiä, jolloin käyttäjien yhteistyö uutisarvoisen tiedon kuratoinnissa on erityisen tärkeää uutisoinnin kannalta. Ennalta tiedettyjen uutistapahtumien, kuten vaalien kohdalla tiedon lähteyttämisellä ja jakamisella on vähemmän painoarvoa. Tilanteesta kiinnostuneet käyttäjät, viranomaiset ja muut järjestöt voivat olla osallisena uutistuotantoa. He voivat jakaa ensikäden tietoa, kommentoida ja arvioida tietoa, joka liikkuu sosiaalisessa mediassa sekä sen ulkopuolella. (Bruns 2011, 128.)

Myös Twitterin käyttäjäkunta voi määritellä sitä, miten Twitteriä käytetään uutistuotannossa. Von Nordheim, Boczek ja Koppers (2018) totesivat tutkimuksessaan Twitterin korostavan eliittilähteitä. Sen sijaan Facebookin lähteissä kuului sekä eliitin että tavallisten käyttäjien äänet (von Nordheim ym. 2018, 817–818). Ajatusta eliitin kuulemisesta uutistuotannossa tukee myös Isosaaren (2014) tutkimus. Isosaari tarkasteli pro gradu -tutkielmassaan sitä, kuinka politiikan toimittajat käyttivät Facebookia ja Twitteriä työssään. Poliitiikan toimittajat kertoivat pitävänsä poliitikkoihin yhteyttä sosiaalisen median välityksellä. Vuorovaikutuksen lisäksi toimittajat seurasivat sosiaalisissa medioissa poliitikkoja, jotka päivittivät aktiivisesti. Erityisesti Twitterin kohdalla korostui se, että poliitikkoja seurattiin siinä toivossa, että heidän päivityksissä oli jotain uutisarvoa. Päivitysten julkisuus teki poliitikkojen seuraamisesta Twitterissä helppoa. (Isosaari 2014, 49–51.) Twitteristä onkin tullut vakiintuneiden käyttäjien, kuten julkkisten, poliitikkojen ja ammattimaisten viestijöiden pelikenttä (von Nordheim ym. 2018, 821).

Eliitillä on kuitenkin vähemmän merkitystä äkillisten uutistapahtumien aikana. Yksittäisellä käyttäjällä, hänen ideologiallaan ja agendallaan ei ole yhtä paljon merkitystä kuin uutisointiin osallistuvalla yhteisöllä. Yksittäisellä käyttäjällä voi olla merkitystä, etenkin jos muut käyttäjät lukevat ja jakavat hänen viestejä, mutta yksittäinen käyttäjän on vaikea erottua massasta sosiaalisessa verkostossa. (Bruns 2011, 130.)

Barnard havaitsi journalistien käyttävän Twitteriä myös tiedon jakamiseen. Alusta sopi jakamiseen, sillä yhteen twiittiin mahtuu sopivasti uutisen otsikko tai sitaatti. Twitter voi toimia myös julkaisualustana journalistien huomioille, mikä muistuttaa suorien verkkolähetyksien tekemistä. Esimerkiksi poliittiset keskustelut ja urheilutapahtumat ovat otollisia reaaliaikaiselle viestimisille Twitterin kautta. Journalistien on myös mahdollista osallistua julkiseen keskusteluun Twitterissä ja luoda suhteita yleisön jäsenten kanssa. Barnardin mukaan Twitterin journalistisiin käytäntöihin kuuluu myös journalistisen metadiskurssin ylläpitäminen, mikä koskee keskustelua journalismin tilasta ja sen käytännöistä. Journalistit voivat esimerkiksi keskustella siitä, millaisia arvoja uudella mediakentällä tulisi noudattaa. Twitter on myös paikka muunlaiselle ammatilliselle vuorovaikutukselle journalistien kesken, kuten suositusten ja neuvojen antamiselle. Lisäksi

journalistien vuorovaikutus Twitterissä koski myös henkilökohtaista viestintää. Toisinaan journalistit jakoivat esimerkiksi mielipiteitään tai asioita elämästään. (Barnard 2018, 67–70.)

Barnardin esittämien käytäntöjen mukaan Twitter on hyödyllinen alusta myös uutistuotannon loppupäässä. Twitterin käyttöä näyttää määrittelevän erityisesti toimittajien oma osallistuminen vuorovaikutukseen. Bruns kirjoittaa, ettei sosiaalisessa mediassa ole tilaa brändeille. Sosiaalisessa mediassa kollegat, julkiset toimijat tai yksittäiset käyttäjät voivat haastaa, kritisoida tai kannustaa keskusteluun osallistuvia journalisteja, eivätkä heidän edustamat tiedotusvälineet tarjoa suojaa heille. Journalistit voivat valita, reagoivatko he saamaansa palautteeseen. Sosiaalisessa mediassa toimittajat voivat saavuttaa myös nimeä ilman median avustusta. (Bruns 2011, 130–131)

2.3.2. Twitterin vaikutuksia journalistin ammattiin

Journalistien työn muutokset ovat yhteydessä ammatilliseen kulttuurin muutokseen, kirjoittaa Barnard (2018). Twitter muuttaa journalistin habitusta aiempaa avoimemmaksi ja osallistuvammaksi. Habitus tarkoittaa journalistin työssä tarvitsemia taitoja. (Barnard 2018, 71–72.) Journalistin taidot eivät ole sinänsä muuttuneet, mutta ne yhdistyvät digitaalisen ajan taitoihin (emt., 74). Esimerkiksi Twitterin teknisten ominaisuuksien hallinta on journalisteille väistämätön taito, jotta alustaa voidaan käyttää tiedonhankintaan tai keskusteluihin.

Barnardin mukaan työn muutokset näkyvät myös pääomassa, jota journalistit voivat kasvattaa Twitterissä monin eri tavoin. Esimerkiksi sosiaalinen pääoma kasvaa vuorovaikutuksessa muihin käyttäjiin ja symbolista pääomaa voidaan kasvattaa luomalla omaa henkilökuva. (Emt., 70–71.) Uskon journalistien olevan varovaisia sen suhteen, kenen kanssa he tekevät yhteistyötä Twitterissä. Yhteistyö väärin tahojen kanssa voi haitata symbolista pääomaa ja siten myös journalistista työtä. Siksi journalistit voivat pitäytyä etäällä keskusteluista tai sanelevat itse vuorovaikutuksen sääntöjä. Toimittajien tulisi muuttaa ammatti-identiteettiään ja journalismin käytäntöjä, että suhde yleisöön muuttuisi (Isosaari 2014, 78).

Kun journalistinen pääoma ja habitus muuttuvat, muuttuvat journalistiset arvotkin (Barnard 2018, 78). Huuskonen kirjoittaa, että sosiaalista mediaa hyödyntävä media yrittää sopeutua ympäristön muutokseen, mutta toteuttaa perinteisiä journalistisia arvoja. Käytännössä tämä näkyy uutistuotannossa nopeuden kasvuna samalla, kun tiedolta vaaditaan virheettömyyttä. Uusilla työruutiineilla, kuten tiedonhaulla, faktantarkistuksella ja läpinäkyvyydellä pyritään sopeuttamaan näitä vastakkaisuuksia. (Huuskonen 2018, 230.) Barnard kirjoittaa tiedon totuudellisuuden ja sen vahvistamisen olevan yksi suurimpia huolia Twitteriä koskevissa keskusteluissa. Moni Twitteriä

käyttävistä journalisteista koki toimivansa niin perinteisten kuin digitaalisten mediaympäristönkin arvojen sanelemana, ja vain pieni osa yritti ylläpitää perinteisiä arvoja. (Barnard 2018, 76–77.)

Twitter koettelee journalistisia arvoja, joiden avulla toimittajat ovat työtään perustelleet. Tutkimukset osoittavat, että Twitter antaa tilaa subjektiivisuudelle, eikä objektiivisuuteen suhtauduta siten ehdottomasti. Twitter voi korostaa käsitystä autonomiasta, jos journalistien toimintavapaus toimituksissa laajenee. Toisaalta journalistit voivat olla velvoitettuja parantamaan median kilpailuasetelmia Twitterissä. Nopeus ja ajankohtaisuus korostuvat Twitterin myötä, sillä tieto liikkuu pyrähdyksin. Tiedon virrassa on pysyttävä uutiskilpailun vuoksi. Twitter todennäköisesti korostaa ajatusta julkisesta palvelusta, jos käytävät keskustelut tarjoavat yhä enemmän mahdollisuuksia yleisön palvelemiseen. Journalistit ovat tutkimusten mukaan huolissaan myös ammattietiikan toteutumisesta. Twitterin vaarana on harhaanjohtavien tietojen leviäminen ja siten totuuden rajojen hämärtyminen uutistuotannossa.

3. Tutkimuksen toteuttaminen

Esittelen tässä luvussa tutkimuskysymyksen sekä tutkimuksessani käyttämäni metodin. Esitelen myös aineistoni rajausta ja taustatiedot haastateltavista.

3.1. Ongelmanasettelu ja tutkimuskysymys

Tutkin pro gradu -tutkielmassani sitä, kuinka Twitter muuttaa uutistuotannon käytäntöjä ja siten käsityksiä journalistisista arvoista. Käsitän journalismin koostuvan ammatillisesta ideologiasta ja ammatillisista käytännöistä, ja siksi tarkastelenkin näitä kahta yhdessä. Uskon journalististen arvojen näkyvän uutistuotannossa ja vastaavasti uutistuotannon heijastuvan journalistien käsityksiin uutistyön ydinarvoista.

Tutkimuskysymyksekseni on seuraava:

Miten journalistit arvioivat Twitterin vaikuttavan journalistien käytäntöihin ja arvoihin tuottaen uutisjournalismia?

Tutkielmani keskiössä on nimenomaan uutisjournalismi, sillä uutisten ajatellaan olevan journalismin ammatti-identiteetin ydintä (Väliaverron 2009, 28). Pyrin löytämään journalistien kokemuksista kaiken, jotka kertovat, onko Twitter muuttanut käsityksiä uutisjournalismista. Kuten aiempi tutkimus on osoittanut, Twitter on vaikuttanut journalismiin, sillä alusta on mahdollistanut uutisten jakamisen sekä vuorovaikutteisen toiminnan. (Isotalus, Jussila, Matikainen 2018, 18.) Twitterin kaltaiset alustat ovat paikkoja osallistumiselle, jossa journalistit ja muut käyttäjät vuorovaikuttavat ja tekevät yhteistyötä (Singer ym. 2011, 2). Siksi tarkastelin käytäntöjen ja arvojen mahdollista muutosta nimenomaan vuorovaikutteisuuden näkökulmasta. On todennäköistä, ettei journalistien uutistuotanto voi pysyä täysin muuttumattomana vuorovaikutteisessa ympäristössä. Journalistien on sopeuduttava, luotava uusia käytäntöjä ja sitä kautta mukautettava käsityksiään arvoista.

Tutkimusongelmani on, kuinka Twitterin mukanaan tuomat käytännöt vaikuttavat heidän käsityksiin ammatillisesta tehtävästä. Journalistien rutiinit, ammatilliset käytännöt, suhde yleisöön ja jopa omaan rooliin muuttuu. Journalistien on pohdittava rooliaan julkisen keskustelun säätelijöinä ja välittäjinä. (Hermida 2012, 324.) Pohdittavana onkin journalistien rooli nykyisessä mediaympäristössä. Nykyisessä mediaympäristössä toimiminen herättää kysymyksen siitä, pystyvätkö journalistit tarjoamaan välineitä demokraattisessa yhteiskunnassa toimimiseen.

3.2. Teemahaastattelu metodina

Keräsin journalistien kokemuksia uutisjournalismin käytännöistä ja arvoista teemahaastattelujen avulla. Twitterin roolia journalismissa on aiemmin tutkittu niin sisällönanalyysin kuin teemahaastattelujen avulla. Barnard käytti digitaalista etnografiaa ja sisällönanalyysiä tutkiessaan sitä, kuinka journalistit käyttävät Twitteriä (2018, 8). Huuskonen tarkasteli Twitterin ja muun sosiaalisen median roolia uutisoinnissa sisällönanalyysin avulla (2018, 218). Lasorsa, Lewis ja Holton tutkivat journalismin soveltamista Twitterissä tekemällä sisällönanalyysia journalistien julkaisemisesta twiiteistä (2012, 25). Isosaari haastatteli tutkimustaan varten politiikan toimittajia selvittääkseen Twitterin ammatillista käyttöä (2014, 36).

Vaikka sisällönanalyysi Twitterin sisällöistä on ollut aiemmissa tutkimuksissa suositumpi tapa selvittää journalistien Twitterin käyttöä, uskon teemahaastattelun palvelevan tutkimukseni tarkoitusta parhaiten. Teemahaastattelu soveltuu hyvin tuntemattoman alueen tutkimiseen, kirjoittavat Hirsjärvi ja Hurme (2008, 35). Tarkastelemissani suomalaisissa tutkimuksissa Twitterin käyttöä on aiemmin tutkittu kriisiuutisoinnin (Huuskonen 2018) ja politiikan uutisoinnin (Isosaari 2014) näkökulmista, eikä uutis- ja ajankohtaisjournalismin näkökulmasta. Teemahaastattelu mahdollisti kokemuksiin perustuvan tiedon kartoittamisen ja tietojen syventämisen (Hirsjärvi & Hurme 2008, 48), minkä avulla journalistien Twitterin käytöstä uutistuotannossa sai aiempaa tarkempaa tietoa. Sisällönanalyysillä en olisi pystynyt selvittämään journalistien omia kokemuksia Twitterin käytöstä uutistuotannossa.

Teemahaastattelua määrittelee se, että haastateltavaksi valitut ovat kokeneet tilanteen, josta heitä haastatellaan. Teemahaastattelu on muodoltaan puolistrukturoitu. Haastattelussa käytettävien kysymysten järjestystä voi muuttaa ja haastateltavat vastaavat kysymyksiin vapaassa muodossa. Haastattelurungon avulla haastatteliija osaa käsitellä haastateltavien kokemuksia tutkittavasta ilmiöstä. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 47.) Rakensin teemahaastattelurunkoni viitekehyksestäni nousseille teemoille. Teema-alueeni olivat seuraavat: taustatiedot, yleinen kokemus Twitteristä, Twitterin merkitys journalistin työssä, Twitter ja ammatti-ideologia, Twitterin rooli tulevaisuudessa. Vaikka teemahaastattelu usein tarkoittaa keskeisten teemojen määrittelemistä yksityiskohtaisten kysymysten sijasta (Hirsjärvi & Hurme 2008, 66), koostui haastattelurunkoni selkeistä kysymyksistä. Tällä pyrin varmistamaan sen, että teemahaastattelulla saatavalla aineistolla pystyin vastaamaan tutkimuskysymykseeni. Toisaalta Tuomi ja Sarajärvi kirjoittavat teemahaastattelujen toteutuksen vaihtelevan avoimista haastatteluista strukturoidumpaan haastatteluun (2018, 65).

Etenin teemahaastattelussani yleisestä Twitterin käytöstä yksityiskohtaisempaan käyttöön journalistin työssä. Lopuksi kartoitin vielä käsityksiä ammatti-ideologiasta ja Twitterin tulevaisuuden roolista. Kahden viimeisen teema-alueen oli tarkoitus kytkeä haastateltavien kokemukset uutistuotannosta heidän noudattamiinsa journalistisiin arvoihin ja arvojen mahdolliseen muutokseen. Teemahaastattelurunkoni on kokonaisuudessaan tutkimuksen liitteenä (Liite 1).

Hirsjärvi ja Hurme painottavat esihaastattelujen tekemistä teemahaastattelujen kohdalla. Esihaastattelut ovat olennaisia, jotta ymmärretään haastateltavien kokemuksista syntyvää kokonaisuutta. Esihaastattelujen avulla tutkija voi testata haastattelurunkonsa toimivuutta. Esihaastattelujen tekeminen on siinä mielessä myös taloudellista, sillä esihaastattelut mahdollistavat muutoksien tekemisen ennen varsinaisen aineiston keräämistä. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 72.) Suoritin tutkimuksessani myös esihaastattelun haastatteluja helpottaakseni.

3.2.1. Haastatteluaineisto

Tässä tutkimuksessa saadut tulokset perustuvat seuraavaksi esiteltäviin aineiston rajauksiin. Tekemieni haastattelujen kohdalla voisi puhua harkinnanvaraisesta näytteestä, sillä haastatteluilla ei pyritä yleistämään ilmiötä, vaan ennemminkin saamaan lisätietoa ilmiöstä (Hirsjärvi & Hurme 2008, 59). Teemahaastatteluista saatu aineisto ja siitä tehdyt päätelmät tuottivat rajaustensa mukaisia tuloksia täydellisen yleistettävyyden sijasta.

Haastatteluaineistoni koostui toimittajista, jotka käyttävät Twitteriä ammatillisesti. En pitänyt ammatillisen käytön edellytyksenä sitä, kuinka aktiivisia toimittajat Twitterissä ovat. Toimittajien omalla aktiivisuudella tarkoitan sitä, onko heillä henkilökohtaista Twitter-tiliä ja julkaisevatko he twiittejä tililtään. Twitteriä voi käyttää myös tilien ja keskustelujen seuraamiseen. Haastateltavilla ei tarvinnut olla omaa Twitter-tiliä, jos toimittaja käytti esimerkiksi työpaikan yleistä Twitter-tiliä. Vaikka oma Twitter-tili ei ollut edellytys haastateltaville, oman tilin käyttäminen ja aktiivisuus Twitterissä viitannevat kuitenkin siihen, että haastateltava tuntee alustan käyttötavat hyvin ja osaa siten myös arvioida alustan ominaisuuksien vaikutuksia uutistuotantoon.

Twitterin käytön lisäksi rajasin aineistoni koskemaan journalisteja, jotka työskentelevät uutis- ja ajankohtaisjournalismin parissa. Koin rajauksen helpottavan minua vastaamaan kysymykseen, miten Twitterin käyttö vaikuttaa uutistuotannon käytäntöihin. Uutis- ja ajankohtaisjournalismin parissa työskenteleviä kuvaa erityisesti uutisdeskissä työskenteleminen, jossa toimittajat muun muassa tekevät verkkouutisia ja reagoivat esimerkiksi uutistoimistojen, muiden medioiden sekä sosiaalisen median alustojen aiheisiin. Yksi syyni tähän rajaukseen on omakohtainen kokemus uutisdeskissä

työskentelystä. Olen käyttänyt työssäni Twitteriä uutistuotannossa esimerkiksi uutisaiheiden seurantaan sekä tiedonhakuun.

Haastateltavien rajaaminen uutisdeskeissä työskentelewiin asetti vaatimuksia myös sille, minkä medioiden toimittajia tutkimukseeni valitsin, sillä kaikissa toimituksissa ei ole uutisdeskiä. Päädyin valitsemaan valtakunnallisista uutismedioista Ylen ja Helsingin Sanomien uutisdeskit. Vaikka Ylen ja Helsingin Sanomien verkkouutiset hävisivät seuratuimpien verkkomedioiden vertailussa iltapäivälehdille (Reunanen 2018, 13), halusin jättää iltapäivälehdet tutkimukseni ulkopuolelle. Iltapäivälehdet painottavat uutisten ohella usein kevyempiä aiheita, jotka olisivat voineet vääristää kuvaa uutistuotannon käytännöistä. Lisäksi suomalaismedioiden luotettavuutta tarkastellessa Yle ja Helsingin Sanomat olivat vertailun kärjessä (Reunanen 2018, 22). Ylen valintaa voi perustella myös sillä, että Ylen asema kansallisena yleisradioyhtiönä mahdollistaa uutisjournalismille resurssit sosiaalisen median hyödyntämiseen uutistuotannossa. Tässä kohtaa on kuitenkin hyvä mainita, ettei tutkimuksen tarkoituksena ollut valitsemieni medioiden erojen vertailu, vaan tarkoituksena oli esitellä toimittajien kokemuksia Twitterin käytöstä uutistuotannossa. Tiedostan, että rajaukseni tuottaa tuloksia, jotka kertovat myös uutismedioiden omista sisäisistä käytännöistä, eivätkä suoraan uutistuotannossa tapahtuneista muutoksista. Tämä on tärkeä huomioda aineistoa analysoitaessa.

Näiden rajausten lisäksi otin huomioon myös työsuhteen haastateltavien valinnassa. Jotta haastateltavilla olisi kokemusta uutistuotannosta, katsoin tarpeelliseksi rajata kesätoimittajat ja osa-aikaiset toimittajat pois aineistostani ja keskittyä päätoimisiin työntekijöihin. Tarkoitin päätoimisella työllä sitä, että työntekijä tekee kokoaikaisesti työtä. Työsuhteen vakituisuus ei ollut päätoimisuuden ehto, sillä määräaikaisuus voi olla pitkäkin jakso tai toimittajalla voi olla monta peräkkäistä määräaikaista jaksoa samassa työpaikassa.

Keräsin haastateltavia niin kutsutulla lumipallo-otannalla, joka perustuu avainhenkilöihin ja heidän ehdotuksiinsa. Aineisto saturoituu, kun uudet haastateltavat eivät anna tutkimuksen kannalta uutta tietoa. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 59–60). Tämä määritteli haastatteluaineistoni koon. Lumipallo-otantaa käytettäessä pystyin varmistamaan rajaukseni siten, että pyysin avainhenkilöitä ehdottamaan haastateltaviksi henkilöitä, joiden kohdalla rajaukseni täyttyivät. Tämä näkyi käytännössä siten, että pyysin avainhenkilöitä ehdottamaan toimittajia, jotka ovat päätoimisesti töissä uutisdeskissä, käyttävät Twitteriä työssään sekä työskentelevät päätoimisesti toimittajana eivätkä esimerkiksi esimiestehtävissä.

3.2.2. Aineiston keruu

Aloitin aineiston keruun sillä, että otin yhteyttä Ylellä ja Helsingin Sanomilla työntekijöihin, joiden tiesin työskentelevän toimitusten uutisdeskeissä. Ylellä yhteyshenkilöni laittoi viestiä koko toimitukseen, jotta halukkaat saivat olla yhteydessä minuun. Yksi toimittaja oli yhteydessä minuun sähköpostitse, ja sovin haastattelun hänen kanssaan. Ensimmäinen haastateltava nimesi minulle uutisdeskistä muita haastateltaviksi sopivia työntekijöitä. Koska kaikki työskenteli jokseenkin samassa asemassa toimittajana, valitsin nimien joukosta muutamia, joille esitin haastattelupyyntöni sähköpostitse. Yleltä päädyin haastattelemaan kolmea toimittajaa.

Helsingin Sanomien yhteyshenkilö nimesi minulle toimittajia, jotka voisivat sopia haastateltavaksi antamieni kriteerien perusteella. Lähetin heille viestiä. Lisäksi olin yhteydessä uutisdeskin esimieheen, joka antoi minulle uutisdeskissä työskentelevien nimet. Kuten Ylellä, valitsin nimien joukosta muutamia, joille haastattelupyyntöni kohdistin. Helsingin Sanomilta päädyin haastattelemaan niin ikään kolmea toimittajaa. Haastattelin siis yhteensä kuutta toimittajaa aineistoani varten. Tavoitteenani oli haastatella tasapuolisesti molemmista uutisdeskeistä, jotta kokemuksissa ei painottuisi lukumäärällisesti edukseen vain toisen talon käytännöt. En kokenut lisähaastatteluille tarvetta, sillä aineisto oli kuuden haastattelun jälkeen jo saturoitunut.

Tein haastattelut vuonna 2019 syys- ja lokakuun aikana haastateltavien aikataulujen puitteissa. Haastattelut jakautuivat epätasaisesti kyseiselle ajanjaksolle. Pyrin noudattamaan kehotusta siitä, että haastattelut tehtäisiin rauhallisessa ympäristössä (Hirsjärvi & Hurme 2008, 74). Haastattelut toteutettiin kasvokkain joko toimittajan kotona tai työpaikalla. Haastatteluja tehdessä pitäydyin teemahaastattelurungossa ja esitin haastateltaville hyvin samankaltaisia kysymyksiä. Esitin myös tarkentavia lisäkysymyksiä, jos vastaus sitä mielestäni vaati. Ensimmäinen haastatteluni oli esihaastattelu teemahaastattelurungon testaamista varten, ja lisäsinkin teemahaastattelurunkooni vielä muutaman lisäkysymyksen ensimmäisen haastattelun pohjalta tekemiäni havaintojen perusteella. Kuitenkin ensimmäisestä haastattelusta saamani materiaali oli käyttökelpoista, ja käytin sitä osana aineistoa.

Nauhoitin jokaisen tekemäni haastattelun, jotta saatoin purkaa haastattelut sanatarkasti tekstiksi. Tämä mahdollisti sen, että pystyin analysoimaan haastatteluja tarkasti sekä hyödyntämään sitaatteja. Jokainen tekemäni haastattelu kesti noin tunnin. Lyhyin haastattelu kesti 49 minuuttia ja pisin tunnin ja viisi minuuttia. Tehtyäni haastattelut purin kunkin haastattelunauhan omaan tekstitiedostoonsa, jotta pystyin käsittelemään haastatteluaineistoja analyysissäni.

3.3. Analyysimenetelmänä laadullinen sisällönanalyysi

Käytin aineistoni analysoimiseen laadullista sisällönanalyysia. Teemahaastattelu sisältää nimensä mukaisesti teemoja, joita analyysin tekemisessä hyödynsin. Eskola ja Suoranta kirjoittavat teemahaastattelujen teemojen muodostavan eräänlaisen aineiston jäsenyyksen (Eskola & Suoranta 1998, 109). Käytin analyysissäni teoriaohjaavaa analyysia, sillä haastattelun teemat rakentuivat aiemmin kerätyn tiedon pohjalta. Teoriaohjaavassa analyysissä teoria on apuväline, mutta analyysi ei perustu pelkkään teoriaan. Tuomi ja Sarajärvi kirjoittavat, että teoriaohjaavasta analyysistä voi havaita teorian vaikutuksen, mutta aineistolla ei testata teoriaa. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 81). Teoriaohjaava analyysi toimi parhaiten tutkimustarkoituksini, sillä ennalta määritellyt teemat ja haastatteluaineistoni yhdessä määrittelivät ilmiön tulkintaa.

Aineiston analyysikeinona oli luonnollista käyttää teemoittelua. Hirsjärvi ja Hurme määrittelevät teemat aineistossa usein esiintyviksi ominaisuuksiksi. Teemoja voi nousta esiin useampikin, kuin vain mitä haastattelurungon kokoamisen aikana on syntynyt. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 172.) Teemoittelussa aineistosta etsitään aiheita, jotka auttavat ratkaisemaan tutkimusongelmaa. Teorian ja empirian vuorovaikutus onkin tärkeää, jotta teemoittelu voi onnistua. (Eskola & Suoranta 1998, 126.) Tuomen ja Sarajärven mukaan aineistosta etsitään teemaa kuvaavia näkemyksiä (Tuomi & Sarajärvi 2018, 79). On hyvä pitää mielessä, etteivät analyysitavat ole yksiselitteisiä, ja pelkästään yhden analyysitavan käyttäminen on harvoin mahdollista (Eskola & Suoranta 1998, 116).

3.3.1. Analyysin eteneminen

Aloitin analyysini kokoamalla ensiksi yhteen haastatteluaineistojen vastaukset kuhunkin teemahaastattelurungon kysymykseen, ja koin toimivaksi käsitellä teemoja teemahaastattelurunkoni mukaisessa järjestyksessä. Käsittelen omissa luvuissaan teemahaastattelurunkoni pääteemoja, joita olivat ”Yleinen kokemus Twitteristä”, ”Twitterin merkitys journalistin työssä”, ”Twitter ja ammatti-ideologia” ja ”Twitterin rooli tulevaisuudessa”. Näiden pääteemojen alle syntyi teemoittelun myötä alateemoja, jotka korostuivat haastateltavien vastauksissa. Toisinaan haastateltavat kuvasivat vastauksessaan asiaa, joka sopi mielestäni alkuperäisestä poiketen toisen teeman alle. Esimerkiksi haastateltavat kuvailivat Twitterin käyttöä työssään kohdassa, jossa kysyin yleisesti Twitterin käytöstä. Tällaisten tilanteiden kohdalla teemoittelin vastauksen kuvaamaan sitä, kuinka toimittaja käytti Twitteriä omassa työssään.

Lisäksi huomioin teemoittelua tehdessäni vastaukset, jotka eivät suoraan esiintyneet teemahaastattelurungossani, mutta koin ne tutkimukseni kannalta merkittäviksi. Näiden teemojen

tärkeyttä arvioin sen perusteella, kuinka moni haastateltava mainitsi saman teeman. Haastateltavien vastaukset eivät välttämättä olleet sanamuodoiltaan yhtäläisiä, mutta tulkitsin niiden liittyvän samaan teemaan. Teemahaastattelurungossani ei ollut suoria kysymyksiä esimerkiksi Twitterin teknisistä ominaisuuksista tai Twitter-eliitistä, mutta usean haastateltavan puheissa kuvailtiin esimerkiksi yhteiskäyttöisen Twitter-tilin käyttöä sekä Twitter-käyttäjiä, minkä vuoksi laskin nämä omiksi teemoiksi analyysissäni.

3.3.2. Haastateltavien taustatiedot

Ennen kuin kerron haastateltavistani tarkemmin, on hyvä kirkastaa kummankin uutisdeskin tehtäviä, sillä ne erosivat toisistaan. Ylen haastateltavat työskentelivät uutisdeskissä, joka hoitaa kotimaan uutisointia ja tekee uutisia enimmäkseen verkkoon. Ylellä toimii toinen uutisdeski ulkomaan uutisointia varten. Helsingin Sanomilla uutisdeski on vastuussa kotimaan aiheiden lisäksi ulkomaista. Helsingin Sanomilla uutisdeski ei vastaa urheilun, kulttuurin tai lifestylen aiheista. Helsingin Sanomilla uutisdeskissä työskentelevien toimenkuvaan kuuluu myös printtilehden editointi niin sanotun nopean reagoinnin lisäksi. Tästä syystä haastateltavien vastaukset erosivat hieman toisistaan, sillä uutisdeskien tehtävät erosivat toisistaan.

Kuudesta haastateltavasta puolet oli naisia ja puolet miehiä. Haastateltavat olivat iältään 34–60 -vuotiaita. Sukupuolella tai iällä ei ollut vaikutusta haastateltavien valintaan. En tiennyt haastateltavien ikää ennen haastatteluja, ja sukupuolen saatoin päätellä vain nimestä. En myöskään huomioinut sukupuolta tai ikää analyysiä tehdessäni. Päätös perustuu siihen, että kaikki haastateltavat eivät halunneet, että heidän antamansa vastaukset ovat yhdistettävissä heihin. Näin ollen haastatellut toimittajat esiintyvät tuloksia esittäessäni ilman tunnistetietoja.

Haastateltavien anonymiteetti mahdollistaa sen, että analyysissä saatoin keskittyä ammatillisiin kokemuksiin, ja tulokseni edustavat siten uutisdeskien toimittajia ilman sukupuoleen tai ikään liittyviä leimoja. Toisaalta juuri nämä tiedot voivat Twitteriä tutkittaessa parhaimmillaan tarjota syitä sille, onko alustan käyttö ikään tai sukupuoleen sidonnaista ja siten myös määritellä toimittajien kantamia arvoja. Esimerkiksi journalistisukupolvien omaksumien arvojen eroja (Pöyhtäri ym. 2014, 13–14) ei tutkimuksessani voi anonymiteetin vuoksi käsitellä.

Haastateltujen työkokemuksessa ja asemassa oli eroja. Eräs haastateltavista kertoi olleensa työpaikassaan 30 vuotta, jonka aikana hän oli työskennellyt toimituksen eri osastoilla. Yksi haastateltava oli ollut työpaikassaan yhdeksän vuotta ja kaksi haastateltavaa oli ollut työpaikassa kahdeksan vuotta. Eräällä haastateltavalla oli kuuden vuoden kokemus työpaikastaan. Yksi

haastateltavista oli työskennellyt työpaikallaan yhteensä noin kuusi vuotta, ja neljän vuoden jälkeen hänet vakinaistettiin toimitussihteeriksi.

Kaikki haastateltavat eivät tarkasti eritelleet työtehtäviään, mutta kaksi haastateltavaa toimi myös tuottajana ja yksi kertoi toimivansa toimitussihteerinä. Tuottajan tehtäviin kuului haastateltavien mukaan yhtä uutista laajemmista kokonaisuuksista vastaaminen. Tuottaja tiesi toimittajia kattavammin sen, mitä eri osastoilla tehdään ja kuinka uutiset sopivat yhteen uutisdeskissä tehtävien uutisten kanssa. Toimitussihteerin tehtävänä oli haastateltavan mukaan editoida verkkoon meneviä uutisia ja laittaa uutisaiheita tuotantoon uutisdeskissä. Tuottajan ja toimitussihteerin töitä tehneet tekivät haastatteluhetkellä myös töitä näissä rooleissa enemmän tai vähemmän. Keskityin kuitenkin kaikkien haastateltavien kohdalla toimittajana karttuneeseen kokemukseen Twitterin käytöstä.

4. Tulokset

Tässä luvussa kerron tutkimustuloksistani, joita analyysini tuotti. Kerron, millainen on toimittajien yleinen kokemus Twitteristä, millainen merkitys Twitterillä on journalistin työssä, kuinka Twitter vaikuttaa journalistien ammatti-ideologiaan ja millaisessa roolissa journalistit näkevät Twitterin työssään tulevaisuudessa.

Olen käyttänyt tulosten esittämiseen näytteitä aineistostani. Käytän aineistonäytteiden yhteydessä lyhenteitä H1, H2 ja niin edelleen kuvaamaan kunkin haastateltavan vastausta ja erottamaan vastaukset toisistaan. Olen poistanut käyttämästäni aineistonäytteistä puhekielisiä täytesanoja ja toistettuja sanoja, joilla ei ole merkitystä näytteen sisällön kannalta. Tällä olen pyrkinyt selkeyttämään haastateltavan sanomaa.

4.1. Yleinen kokemus Twitteristä

Haastateltavat kokivat Twitterin työkaluksi eikä vapaa-ajalla käytettäväksi alustaksi. Toimittajat eivät välttämättä erotelleet vapaa-ajan Twitterin käyttöä journalistisesta työstä. Twitteriä käytetään vapaa-ajalla harvoin, eivätkä haastateltavat osallistuneet Twitterissä käytäviin keskusteluihin.

Twitterin käyttö oli täysin haastateltavasta riippuvaista. Eräät käyttivät Twitteriä useammankin kerran päivässä, toiset viihdemielessä kuukausittain. Eräs haastateltava arvioi selaavansa Twitteriä kerran puolessa vuodessa. Töissä ollessaan haastateltavat taas käyttivät Twitteriä lähes aina. Eräs haastateltavista kertoi käyttävänsä muita sosiaalisen median kanavia Twitteriä useammin vapaa-ajallaan. Vaikuttaakin siltä, että Twitterin käyttö vapaa-ajalla on melko yksilöllistä ja journalistin omasta asenteesta kiinni.

Monet haastateltavista omasivat oman Twitter-tilin, jota he kuitenkin käyttävät pääasiassa työssään. Eräs haastateltavista kertoi, että hänen Twitter-tili oli pelkästään uutisten seuraamista varten eikä hän ole twiitannut koskaan. Yhdellä haastateltavista ei ollut omaa Twitter-tiliä. Haastateltava totesi, että keskusteluja pystyy seuraamaan ilman tiliäkin.

Kukaan haastateltavista ei osallistunut Twitterissä käytävään keskusteluun tai twiitannut tililtään. On mahdollista, etteivät toimittajat halua esiintyä omassa ammatillisessa roolissaan työnsä ulkopuolella, etenkin jos Twitter-tilistä voi päätellä käyttäjän olevan toimittaja. Eräs haastateltavista kertoi pitävänsä tilinsä anonyyminä, koska ei kokenut tarvetta julkisuudelle, sillä ei osallistu keskusteluihin henkilökohtaisella tilillään.

Ajatus siitä, että toimittajat osallistuisivat julkiseen keskusteluun tai käyttäisivät Twitteriä esimerkiksi henkilökohtaisista asioista viestimiseen (Barnard 2018, 67–70) kumoutuivat haastateltavien vastauksissa muun muassa huonon keskusteluilmapiiirin tai oman kiinnostuksen puutteen vuoksi. Yksi haastateltava nimesi syyksi vähäiselle keskustelulle sen, että Twitterissä keskustelu on ikävää, eikä keskusteluihin osallistuminen siksi kannusta: *”musta Twitter on vähän semmonen vihamieleinen media et siellä ollaan aika ilkeitä ja mua ei itteeni kiinnosta osallistua semmoseen keskinäiseen besserwisseröintiin ja naljailuun.”* (H1) Eräs haastateltavista kertoi kokevansa Twitterin seuraamisen vapaa-ajalla raskaaksi sillä keskustelu on politisoitunutta ja ääripäihin keskittynyttä: *”se on polarisoitunu ja se on liioitellun ärhäkkä joka suuntaan et tuntuu mist siel keskustellaan niin paisuu tai vääristyy sellasiin ihmeellisiin mittasuhteisiin ja sen käyttäminen kyl mun mielest tai Twitterin selaaminen usein alkaa ahdistaa jossain määrin.”* (H6) Yksi haastateltavista ei kokenut, että hän haluaisi saada julkisuutta Twitterin kautta esittämällä mielipiteitään tai olemalla muuten keskusteluissa esillä:

-- siit ei ole vaan koskaan tullu tapaa. Ja sillonku sinne meni niin se oli semmonen pienen piirin ammatillinen et siin ei ollu semmosta elämäkirjoa että siitä ois jotenki jaksanu innostua. Ja ehkä mulla on sen verran vähän egon tarvetta että mulla ois tarvetta kertoa kellekkään yhtään mitään erityisiä asioita et mulla ois mitään semmosta viisasta jaettavaa kellekkään. (H4)

Silloin kun haastateltavat käyttivät Twitteriä vapaa-ajallaan, he kertoivat lähinnä selaavansa sitä. Eräs haastateltavista kertoi, että hän saa sähköpostiinsa parhaista paloista koosteen, josta hän saattaa siirtyä Twitteriin lukemaan sisältöä. Hän ei kuitenkaan täsmentänyt, koskeeko käyttö vapaa-ajalla tapahtuvaa selailua vai työhön liittyvää käyttöä. Vapaa-ajan käytön taustalla saattaakin olla journalistiset syyt. Twitterin työkäyttö sekä vapaa-ajan käyttö sekoittuivat toisiinsa. Eräs haastateltavista kuvasi työkäytön ja vapaa-ajan käytön sekoittumista näin: *”se on vähän häilyvä se raja -- tottakai sitä vähän vapaa-ajallakin sortuu siihen että -- työn näkökulmasta seuraa sitä Twitteriä ja niitä keskusteluja mitä siellä on.”* (H2) Yksi haastateltavista kertoi seuraavansa Twitteriä vapaa-ajalla, jos siellä keskusteltiin uutiseen liittyvästä asiasta.

Vapaa-ajalla haastateltavat seurasivat julkista keskustelua aiheista, jotka liittyvät uutisten tekemiseen. Haastateltavat löysivät vapaa-ajalla Twitteristä myös juttuaiheita. Lisäksi haastateltavat katsoivat Twitteristä, millaisia kommentteja oman median Twitteriin jaettu uutinen oli saanut tai millaista keskustelua uutisaiheesta käytiin. Yksi haastateltavista kertoi käyttävänsä Twitteriä vapaa-ajalla uutistapahtumien tai somekohujen seuraamiseen. Twitteriin hän kertoi päätyvänsä usein hakukoneen kautta. Twitterin käytössä vapaa-ajan ja työn yhteensulautumista korostaa myös erään haastateltavan

kokemus siitä, että Twitter oli työtä helpottava työkalu huolimatta siitä, oliko kyse työn vai vapaa-ajan seurannasta.

4.1.1. Yhteiskäyttöinen tili toimittajien käytössä

Haastateltavat kertoivat työssään käyttävänsä Twitteriä pääosin Tweetdeckin kautta, jonka voisi määritellä olevan Twitterin käyttöliittymä seurattavien tilien hallintaan ja sekä vastaanottaa että lähettää twiittejä. Erityisen toimiva Tweetdeck on ajantasaiseen viestien seurantaan, tilien järjestelyyn ja käyttäjien väliseen keskusteluun. (Peltier-Davis 2015, 255.)

Haastateltavat kertoivat pääsääntöisesti seuraavansa yhteiseltä tililtä Tweetdeckin kautta muita tilejä. Sekä Ylellä Helsingin Sanomilla oli haastateltavien mukaan uutisdeskeissä eri tilit käyttäjien seuraamiseen ja varsinaisen uutissisällön jakamiseen. Tweetdeckissä seurattavia tilejä luokiteltiin esimerkiksi viranomaisiin, virastoihin, poliitikkoihin, tutkijoihin, muihin medioihin ja niin edelleen. Erään haastateltavan mukaan Tweetdeckin seuraaminen on tyypillisin tapa käyttää Twitteriä, jos mitään erityistä ei tapahdu. Yksi haastateltavista kertoi, että kaikissa uutistilanteissa Tweetdeck ei sovellu käyttöön, jos tiedetään ennakolta jonkin henkilön kertovan asiastaan Twitterissä. Tällöin seurataan Tweetdeckin sijasta käyttäjän omaa tiliä.

Se, kuka seurattavista käyttäjistä tai Tweetdeckin luokitteluista päättää, oli usealle toimittajalle epäselvää. Eräs haastateltavista kertoi, ettei ollut ennen miettinyt, kuka Tweetdeckin luokkia on määritellyt. Eräs haastateltava arveli, että uutisdeskin tuottajat ovat todennäköisesti yhdessä pohtineet sitä, keitä Twitter-käyttäjiä kannattaa seurata ja milloin seurattavia tahoja on aika päivittää. Muun muassa eduskuntavaalien jälkeen uudet kansanedustajat päivitettiin seurattavien listalle. Selvää oli, että toimittajien ei tarvinnut itse päivittää yhteisen tilin seurattavia, vaan sen hoiti joku toimituksesta yhteisesti. Eräs haastateltava oli hyvinkin selvillä seurattavista ja Tweetdeckin rakenteesta, koska kertoi luoneensa käytettävän Twitter-tilin perustan. Haastateltavan mukaan Twitter-tiliä ja Tweetdeckiä ylläpidetään yhdessä kaikkien työntekijöiden kanssa.

Haastateltavat kertoivat käyttävänsä Tweetdeckin rinnalla myös omia tilejään. Toimittajat kertoivat seuraavansa tililtään monenlaisia toimijoita, joista osa liittyi enemmän työhön ja osaa seurattiin henkilökohtaisten kiinnostuksenkohteiden vuoksi. Eräs haastateltavista kuvaili oman tilin käyttöä näin:

-- joillain meistä saattaa olla siinä rinnalla käytössä myös oma Twitter-tili myös työtä varten mut se on ehkä enemmän sellasta niche-juttua joka ei ole meidän mitenkään olennaisinta. Et

sieltä saattaa joskus tehdä bongauksia ku jokaisella on kuitenkin omia kiinnostuksenalueita ja muita tällöisiä et mitä ne seuraa niin se on enemmän ehkä sitä. (H3)

Eräs haastateltavista kertoi seuraavansa töissä Twitteriä lähinnä omalta tililtään. Hän koki, että omaa tiliä oli yhteistä tiliä helpompi seurata. Hän oli räätälöinyt Twitterin omiin tarpeisiinsa ja valinnut seurattavakseen työn kannalta tärkeimpien käyttäjien tilit.

4.1.2. Twitterin käytön ohjeistus

Toimittajien ei edellytetty käyttävän omaa tiliä, ja twiittaaminen, keskusteleminen sekä twiitteihin vastaaminen oli haastateltavien kokemusten mukaan vapaaehtoista. Kuitenkin haastateltavat tiedostivat, että Twitteriä kuuluu seurata yhteiseltä tililtä. Haastateltavien kokemusten mukaan Twitterin seurantaan ei ollut annettu ohjeita.

Eräs haastateltava kertoi, ettei kirjattuja sääntöjä ollut annettu siihen, kuinka Twitteriä pitäisi päivän aikana käyttää. Haastateltavan mukaan työn rooliin ja vaatimuksiin kuuluu Twitterin seuraaminen. Erään toisen haastateltavan mielestä Twitter kuuluu osaksi uutistilanteiden seuraamista siinä missä esimerkiksi sähköposti ja muiden medioiden seuranta. Yhden haastateltavan mukaan suullinen ohje oli annettu siitä, että Twitteriä ylipäätään tulisi seurata.

Eräs haastateltava sanoi, että kaikkien toimittajien oletetaan käyttävän Twitteriä, mutta mitään pakkoa Twitterin käyttöön ei ole. Haastateltava myös uskoi, ettei Twitterin käytöstä tarvitse erikseen sanoa kuin uusille toimittajille. Yksi haastateltavista kertoi Twitterin käytön muotoutuneen käytännössä. Ainoana ohjeena oli se, ettei yhteiseltä tililtä twiitata, uudelleentwiitata tai tykätä. Lisäksi haastateltava kertoi, että vuoron päätteeksi tarkistetaan, ettei tililtä ole vahingossa esimerkiksi tykätty. Yhteiskäyttöisen tilin käyttöön liittyy haastateltavan mukaan myös se, ettei tilin seurattavia tai listoja muokata ilman, että asiasta on sovittu muiden tiliä käyttävien kanssa.

Yksi haastateltava koki, että erityisiä sääntöjä ei tarvitse antaa. Hyvät sosiaalisen median käytöstavat on kuitenkin pidettävä mielessä. Esimerkiksi salattujen tilien tietoja ei saa käyttää. Erään haastateltavan mukaan yleisiin sosiaalisen median käytäntöihin kuuluu esimerkiksi se, ettei sosiaalisessa mediassa olla poliittisesti. Haastateltavan mukaan nämä käytännöt pohjautuvat Journalistin ohjeisiin:

Meillä on kyllä semmosia yleisiä somekäytäntöjä mut ne on semmosia normaaliin hygieniaan kuuluvia et siellä ei olla poliittisesti tai että jos esiinnyttään lehden nimissä niin kerrotaan se avoimesti aika paljon Journalistin ohjeista jo pohjautuvia. -- Se on perus ammattitaitoo että tiedetään ihan erikseen neuvomatta että mitkä on ne tavat miten siellä ollaan ja mitä sieltä otetaan ja mikä tieto sieltä on julkista. Ja sitte taas muuten luovuus ja kokeilu ja rohkeus ja kaikki keinot on sallittuja ku nopeesti uutisii tehdään. -- (H4)

Vaikka varsinaisia ohjeita Twitterin käyttöön ei annettu, oli haastatelluilla yhteinen käsitys siitä, kuinka Twitterissä kuuluu toimia. Toimittajien oletettiin tietävän Twitterin olevan työväline toimituksissa. Toimittajien oletettiin omaksuneen sosiaalisen median käytöstapoja, joita työssä tuli noudattaa, vaikka niistä ei ollut erikseen toimittajille sanottu. On kiinnostavaa huomata, että Journalistin ohjeet toimivat erään haastateltavan mielestä ohjenuorana Twitterin käytössä. Twitter ei siis ole toimituksesta erillinen alusta, vaan Twitterissä tulee käyttäytyä samoin periaattein kuin mitä toimittajilta muutenkin edellytetään.

4.2. Twitterin merkitys korostuu nopeutta vaativissa uutisissa

Pääsääntöisesti haastateltavat käyttivät Twitteriä joka päivä työssään. Käyttö oli kuitenkin myös työpaikasta ja työvuorosta riippuvaista. Ylellä haastattelemani toimittajat työskentelivät toimittajina ja tuottajina niin kutsutussa Flashdeskissä, joissa molemmissa rooleissa haastateltavien mukaan käytettiin Twitteriä. Eräs haastateltavista kertoi, että seuranta alkaa työvuoron alusta ja päättyy työvuoron loppuessa. Käyttö ei kuitenkaan ole erittäin aktiivista vaan lähinnä Twitterin silmäilyä. Eräs haastateltava sanoi käyttävänsä Twitteriä työssään koko ajan ja katsovansa Twitteriä kaikkien muiden lähteiden ohella. Yksi haastateltavista kertoi, että hänen vuoronsa alkaa usein yleisellä katsauksella uutistarjonnasta, johon myös Twitter kuuluu. Haastateltavan mukaan Tweetdeckiä ei tarvitse selata, sillä uusimmat twiitit nousevat aina sivulla ylimmäksi.

Helsingin Sanomien haastateltavat työskentelivät toimittajina ja toimitussihteerinä. Yksi haastateltavien kuvailemista toimittajan työvuoroista uutisdeskissä on niin sanottu ”liekkipenkki”. Siinä toimittaja seuraa eri uutislähteitä, reagoi tietoon ja kirjottaa uutisen ensimmäiset rivit. Tähän kuuluu toimituksen yhteisen tilin seuraaminen Tweetdeckin välityksellä. Toimittaja voi seurata myös omaa tiliään. Tällaisessa työvuorossa eräs haastateltavista kertoi katsovansa Twitteriä vähintään 50 kertaa.

Jos toimittaja ei ole vastuussa ensireaktioista, on hän niin sanotusti kirjoitusvuorossa. Erään haastateltavan mukaan kirjoitusvuorossa seulotaan Twitteriä sillä ajatuksella läpi, että mistä olisi uutisaiheeksi, jos muita kirjoitettavia uutisaiheita ei ole. Haastateltavan mukaan Twitteriä tulee katsottua ehkä 10 kertaa työvuoron aikana hitaana uutispäivänä. Printtivuoroissa Twitterin käytölle ei taas ollut tarvetta ollenkaan. Toimitussihteerinä toimiva haastateltava kertoi, että kirjoittavan toimittajan Twitterin käyttö voi erota hänen käytöstään nopeissa uutistilanteissa. Toimitussihteeriksi selaa Twitteriä sillä ajatuksella, mitä tietoa uutiseen voisi lisätä, kun toimittaja kirjoittaa uutista.

Haastateltava kertoo toimitussihteerinä käyttävänsä Twitteriä taustatyön tekemiseen enemmän kuin puheenaiheiden etsimiseen.

Haastateltavat kokivat Twitterin käytön olevan työtä helpottava työkalu. Haastateltavien mielestä Twitterin käyttö on osa nykyaikaista journalismia, ja siksi moni koki Twitterin käytön luonnolliseksi osaksi työtä. Eräs haastateltavista kuvaili Twitteriä pakolliseksi työkaluksi, jota ilman deskityössä olisi vaikea selviytyä. Erään toisen haastateltavan mielestä Twitterin käyttö on töissä hyödyllistä ja järkevää, eikä ilman Twitteriä uutiskentällä ei voisi pärjätä.

Monien haastateltavat sanoivat Twitterin käytön liittyvän tilanteisiin, joissa kilpaillaan siitä, kuka uutisoi ensimmäisenä. Eräs haastateltavista kuvaili Twitterin suhdetta työhön näin: *"emmä oikeestaan voi ymmärtää miten joku voi tehdä tollasta työtä ilman Twitterii nykyään -- ennen ei ollukaan näin hektistä tää verkkouutisointi ettei ollut tarvekaan saada niin nopeesti uutisii mut nyt on koska se on ihan sekuntipeliä siis et saadaan joku uutisvoitto."* (H5) Twitterissä tieto on yleisessä jaossa, jolloin nopeudesta kilpailu korostuu. Twitteristä saatavista tiedoista voidaan tehdä uutinen hyvin vähäistenkin tietojen perusteella: *"olemme jatkuvasti valmiina julkaisemaan et jos tulee joku uutinen vaikka pelkällä otsikolla ulos."* (H1) Twitter korostaa medioiden välistä kilpailua, mutta on eri asia, tuoko nopeuskilpailu lisäarvoa uutisille.

Twitterin käytön voisi karkeasti jakaa kahteen tilanteeseen, joissa haastateltavat kokevat Twitterin käytön hyödylliseksi. Haastateltavat kuvasivat käyttävänsä Twitteriä erityisesti tiedonhankintaan ja puheenaiheiden löytämiseen. Yksi haastateltavista kuvaili Twitteriä tiedonhankintakanavaksi, mikä on Twitterin ehkä tärkein ominaisuus hänelle. Useampi haastateltava kertoi, että Twitter on hyvä väline muiden medioiden seurantaan ja esimerkiksi viranomaisten tiedottamisen seurantaan. Yhden haastateltavan mukaan aiemmin tieto kulki sähköpostitse, kun nykyään tieto saattaa ensisijaisesti tulla Twitterin kautta. Yksi haastateltavista kertoi, että Twitterin käyttäminen on säästänyt turhalta soittelulta.

Haastateltavat kuvailivat Twitteriä käyttökelpoissiksi erityisesti uutistapahtumien kohdalla, olivatpa ne sitten suunniteltuja tai ei. Suunnittelemattomia uutistapahtumia ovat esimerkiksi onnettomuustilanteet ja katastrofit, joissa tietoja on saatavilla vähän.

-- mä saatan Twitteristä hakee vaikka -- hakusanalla tai hashtagilla et onks ihmiset twiitannu sieltä jotain et onks siellä nyt vaikka joku putkirikko tai joku uhkatilanne tai tulipalo tai mitä tahansa. Tämmösiä onnettomuus uutisia pystyy sitä kautta jonku verran selvittämään et mistä on kyse -- (H1)

-- tämmösis katastrofi-terrori-iskuis kaikissa hirmu nopeis ja ärhäköissä uutistilanteissa. Sieltä osaa seurata ni pysyy kyllä aika hyvin jyvällä ja nopeesti. -- viranomaiset vähän maasta ja

kaupungista riippuen mut yleensä ne on enemmän ja enemmän menny siihen et ne työntää Twitteriin vaan kamaa -- (H4)

Kyseisissä tilanteissa Twitteriä luonnehdittiin nopeaksi tietolähteeksi. Uutistapahtumien uudet käänteet ja tiedot lisäävät tarvetta nopeuskilpailuun. Twitter voi kuitenkin nopeuden ohella tuoda lisäarvoa uutisointiin, jos Twitter auttaa selvittämään tapahtumia.

Erään haastateltavan mukaan Twitterin hyviä puolia on reaaliaikaisuus. Jos toimittajaa ei saada paikan päälle uutistilanteesta raportoimaan tai paikan päällä uutista ei pysty tekemään, voi Twitter paikata tilannetta niin, että tieto siirtyy mahdollisimman nopeasti yleisölle. Erään haastateltavan mukaan Twitterin kautta voi etsiä silminnäkijätietoja, ja yrittää saada esimerkiksi kuvia tilanteesta. Eräs haastateltava kuvaili käyttävänsä Twitteriä ”juttujen rikastamiseen”. Uutistilanteessa, jossa tietoja on vain vähän saatavilla, käännytään Twitterin puoleen. Twitteristä etsitään lisää tietoja, joita voidaan sitten lisätä uutiseen. Haastateltava kertoi Twitterin toimivan myös kauempana tapahtuvissa tilanteissa, joista olisi muuten vaikea saada tietoa. Ongelmaksi hän kuitenkin mainitsi tiedon todentamisen: *”paikan päältä tiedon saaminen Twitterin kautta on tavallaan tosi näppärää et toki siellä on sama ongelma ku muuallaki et siellä on kaikenlaista seassa ja pitää tehdä se tarkistus sille että voiks siihen luottaa mitä siellä Twitterissä on.”* (H6) Eräs haastateltavista sanoi, että Twitterissä on oltava tarkkana sen suhteen, onko twiitti ajankohtainen: *”Sit pitää aina myös tsekata et onks se tosiaan nyt tämän hetken twiitti vai onks se pulpahtanu joku vanha semmostaki tietyst sattuu että ei nyt oookkaa ihan tämän hetken tilanne.”* (H5)

Tiedonkeruun lisäksi haastateltavat käyttivät Twitteriä puheenaiheista uutisoimiseen. Erään haastateltavan mukaan puheenaiheet ovat aiheita, jotka eivät ole uutisagendalla, mutta aiheet herättävät keskustelua Twitterissä, minkä vuoksi niistä saatetaan tehdä uutinen. Erotan puheenaiheutiset uutistapahtumista, sillä puheenaiheisiin ei sisälly esimerkiksi vaaran elementtiä, vaan on nimenomaan lähtöisin jonkin henkilön kommentista. Eräs haastateltavista koki, että Twitter on hyödyllinen tunnelmia kartoittaessa: *”kylhän se on sitten paljon muutakin ku sitten tämmöst akuuttitilannetta just tällänen et seurataan tunnelmia ja siit saa yllättävän paljon irti et saadaan tulehtuneet suhteetkin viranhaltijoiden välillä selville.”* (H5) Erään haastateltavan mukaan Twitteriä hyödynnettiin ilmiöiden uutisoinnissa. Tällaisissa uutistilanteissa haastateltava tarpeelliseksi tarkastella kriittisesti sitä, kuka aiheesta puhuu Twitterissä ja mitä osaamista puhujalla on. Yksi haastateltavista kertoi käyttävänsä Twitteriä ”päivänpolttavien aiheiden” seuraamiseen. Twitteristä löytää siten uusia näkökulmia johonkin aiheeseen liittyen, jota ei ollut ehkä tullut ajatelleeksikaan:

-- Twitteristä monesti löytää uusia näkökulmia tiettyihin aiheisiin et siellä on semmoset vahvat jakolinjat aina että on se juupas ja eipäs puoli siellä Twitterissä aika voimakkaasti. Se on niin

hirveen polarisoitunu se Twitter siinä mielessä että monesti näkee sitten eri kantoja asiaan niinkun helposti mitä ei välttämättä tuu ajatelleeksaan. (H2)

Puheenaiheiden seuraamisen voi liittää erityisesti talouden ja politiikan aiheiden uutisointiin. Yksi haastateltavista kertoi, että Twitteristä löytyy esimerkiksi poliitikkojen kantoja ja avauksia. Haastateltavat suhtautuivat poliitikkojen ja muiden vaikutusvaltaisten henkilöiden twiitteihin eri tavoin kuin tavallisten käyttäjien twiitteihin: *”Se voi olla viranomainen tai joku poliitikko tai tällainen ihminen jonka lausunto on merkittävä jossaki asiassa. -- se että joku pääministeri sanoo että asia on näin niin se on tietysti sillä on vaikutusta enemmän kuin se että joku tavallinen ihminen sanoo niin.”* (H1) Eräs haastateltava kertoi, että vaikutusvaltaisilla henkilöillä voi twiitissä jotain uutisarvoista, minkä vuoksi käyttäjää kannattaa seurata: *”kaupunginjohtajat, poliitikot -- niillä saattaa olla joku uutinen siellä twiittiin piilotettuna tai ihan esilläkin mut et joku vähänkin sanotaan nyt keskinkertaisempi ihminen niin tota niin mä en jaksu semmosta höpönlöpöä sitte seurata.”* (H5) Yksi haastateltavista sanoi, että Twitterissä käydystä poliittisesta keskustelusta jää jälki. Siten julkilausumat on tarkistettavissa ja niitä voi vertailla muihin medioihin.

Suurin osa haastateltavista ajatteli, että heidän kollegansa käyttävät Twitteriä melko samalla tavalla, kuin he itse. Osa haastateltavista uskoi, että kollegat ovat Twitterissä aktiivisempia ja käyttävät alustaa enemmän uutisaiheiden etsimiseen ja keskustelun herättämiseen. Eräs toimittaja kiteytti Twitterin käyttöä niin, että osa kokee keskustelut hyödyllisempänä kuin toiset, minkä vuoksi osa toimittajista seuraa Twitteriä aktiivisesti. Hän kutsui tällaisia toimittajia ”Twitter-orientoituneiksi”. Eräs haastateltava uskoi, että ne toimittajat, joilla on isot verkostot, käyttävät Twitteriä ilmapiirin tarkasteluun ja keskustelun herättämiseen. Haastateltava kutsui tällaisia toimittajia ”somepersooniksi”: *”herättää keskusteluaiheita ja pompottelee siellä niinku omia ajatuksiaan pallottelee ja sillee screenailee ilmapiiriä, haistelee maailmaa ja tunnustelee, heittelee ajatuspalloja.”* (H4) Lisäksi kyseinen haastateltava sanoi osan toimittajista jakavan juttujaan Twitteriin. Yksi haastateltavista uskoi, että osa kollegoista muokkaa Tweetdeckiä omien kiinnostuksenkohteiden mukaiseksi ja etsii sitä kautta uutisaiheita:

-- silloin kun on semmonen tilanne ettei varsinaisesti ole mitään uutistilannetta päällä eli on aikaa heitellä verkkoja ja kalastella vähän laajemminkin niin mä luulen että se on se missä ne erot tulee esiin et meillä jokaisella on kuitenkin se Tweetdeck auki mutta sinne saattaa jengi tehdä omien kiinnostuksenkohteiden ja muiden täkyjensä perusteella esimerkiksi omia hashtag-hakuja tai ihmishakuja tai ihan vaan jotain trendaavien asioiden perusteella tehtyjä hakuja jotka sit saattaa poikia jotain omia uutisaiheita tai sitten ei. (H3)

Kuitenkaan perusuutisointi ei haastateltavan mukaan saa olla riippuvaista siitä, kuka on töissä.

Haastattelujen perusteella voisi sanoa, että Twitter taipuu uutisdeskeissä työskentelevien toimittajien käsissä melko samalla tavalla. Uutisdeskeissä työskentelevät toimittajat käyttävät Twitteriä paljon tiedonhakuun, uutisten täydentämiseen ja puheenaiheiden seuraamiseen. Haastateltavat antoivat ymmärtää, että toimittajat pääosin seuraavat yhteiseltä tililtä valmiiksi annettuja tahoja. Tämä selittynee osin sillä, että uutisdeskeissä nopeus on valttia. Twitter näyttää uutiskilpailussa kyntensä. Haastateltavat uskoivat, että heidän kollegansa käyttävät Twitteriä paljolti samoin tavoin. Aktiivisia Twitterin luotaajia on harvassa. Osa haastateltavista ajatteli, että kollegoille Twitter voi olla väline vuorovaikutukseen Twitterin käyttäjien kanssa tai alustalta etsitään tarkoituksellisesti aiheita, joista uutisoida.

4.2.1. Twitter haastaa tiedon arvottamista ja lähteytystä

Haastateltavien vastauksissa esiintyi myös haasteita, joita Twitterin käyttö uutistuotannolle asettaa. Haastateltavat pohtivat erityisesti sitä, kuinka Twitterin sisältöä arvotetaan ja kenen Twiittejä käytetään lähteenä.

Parhaimmillaan Twitteristä kerätty tieto täydentää uutista ja lisää uutisen arvoa. Vaarana kuitenkin on, että uutisen arvo ei lisäännä, jos Twitterin tietoja ei osata hyödyntää oikein. Haastateltavat pohtivat monipuolisuuden kääntöpuolia. Eräs haastateltavista koki, että julkaisukynnys voi Twitterin käytön myötä madaltua. Toinen haastateltava pohti, käytetäänkö Twitterin sisältöjä uutisissa turhan ylimalkaisesti:

-- lieveilmiöhän on se että et se julkaisukynnyshän siinä madaltuu tai siis asia kuin asia voi pompahtaa julkiseksi tai uutiseksi yhtäkkiä vaan. Meillä nyt ei varmaan oo tapahtunu sellasta että tulis joku ihan mitättömyys sitten julki vaan sen takia et katotaan et ahaa toi ihminen on nyt joku julkisuuden henkilö esimerkiksi twiitannu että tehäänpä tästä nyt sitten uutinen -- (H5)

-- aina se sisältö ei oo niin kuratoitua et Twitterin kommenttien merkkimäärä on kuitenkin rajallinen ja et sit sinne ehkä päättyy enemmän semmosia yksittäisiä heittoja ku semmosia haastattelutilanteessa annettuja kommentteja joita ois voitu vielä kyseenalaistaa. -- siin on esimerkiksi se riski et se voi jäädä vähän pintapuolisemmaks ja siit tulee vähän semmost sillisalaattii et siellä on vaan eri ihmisten heittoja mutta ilman sen suurempaa kritiikkiä. (H6)

Voikin pohtia, käytetäänkö twiittejä uutisissa siksi, että twiitissä on todellista informaatiota vai käytetäänkö twiittejä, sillä ne sisältävät voimakkaita mielipiteitä ja reaktioita (van Dijck 2013, 77). Twitterissä liikkuu paljon tietoa, ja journalistien on pohdittava, mitkä ovat niitä tiedonjyviä, joita poimitaan. Eräs haastateltava pohti sitä, että toimittajien pitäisi pystyä erottamaan arvokas tieto epäolennaisesta ja ratkaisujen tulisi näkyä myös yleisölle. Journalistinen etiikka on tärkeä osa tiedon valikoimista ja arvottamista myös Twitterissä:

-- se saa meidät juoksemaan kaiken sellasen perässä mikä on pois joltain muulta. Että aikaa on rajallisesti ja pitää aika nopeesti päättää se että minkä lankakerien narujen päässä sitä juostaan ja minkä ei. -- nää tällaset Twitterin laitamilla tapahtuvat asiat on usein semmosia mitkä saa meitä miettimään meidän journalistisia ratkaisuja entistä perusteellisemmin ja tarkemmin ja myös otetaan ne puheeksi paljon helpommin puhutaan niistä isommallakin porukalla -- (H3)

Totuudellisen ja olennaisen tiedon määrittämiseen liittyy myös se, kenellä Twitter käyttäjistä on sananvaltaa. Usea haastateltava koki, että uutistuoannossa hyödynnetään esimerkiksi poliitikkojen ja muiden yhteiskunnan näkyvien henkilöiden twiittejä, mikä viittaa siihen, että Twitterissä eliittilähteet korostuvat (von Nordheim, Boczek & Koppers 2018, 817–818). Eräs haastateltava kuvasi uutisiin nostettavia twiittejä näin:

-- nostetaan siihen juttuun sen ihmisen Twitter-päivitys missä se kertoo sen uutisen tai kommentoi sitä uutista. Useimmiten poliitikot. Tää liittyy politiikan uutisointiin monesti jostain kumman syystä en tiedä miksi -- kai se on niinku ku poliitikot ja talousvaikuttajat on vallottaneet ton Twitterin niin se johtuu kai siitä. (H2)

Haastateltavat myös kuvailivat Twitteriä eräänlaiseksi kauppapaikaksi omille mielipiteilleen ja osaamiselleen. Monenlaiset mielipiteet ja niiden voimakas markkinointi Twitterissä voi vaikuttaa siihen, miten asioista uutisoidaan. Käyttäjät voivat esimerkiksi yrittää vaikuttaa siihen, mitä näkökulmia otetaan huomioon ja vääristää uutisointia.

-- enemmän siis tavalla tai toisella ihmisiä jotka myy joko omia juttujaan tai omaa osaamistaan tai omia mielipiteitään elikkä itseänsä äänestäjille tai omaa tuotettaan kuluttajille et onhan se aika paljon semmonen markkinointikanava kuitenkin -- (H4)

-- ihmiset käyttää sitä semmosena omana äänitorvena varsinkin silloin jos ne kokee et ne ei oo saanu sitä viestiänsä perille perinteisin menetelmin -- sit he käyttää Twitteriä siinä toisena konstina ikään kuin yrittää voimistaa sitä tai ehkä jopa vääristää sitä uutisointia tiettyyn suuntaan. Ja ne on aina hankalia juttuja koska siihen hyppää sit nopeesti muita osapuolia kommentoimaan väliin ja sitte siitä sotkusta pitäis yrittää ottaa jotain selvää ja esittää se asia tasapuolisesti ja kertoo ulkopuoliselle että mistä tässä nyt oikeen väännetään. (H3)

Eräs haastateltava koki Twitterin käytön muuttaneen uutissisältöjä siten, että käyttäjät määrittelevät uutisen twiitissään itse. Yksi haastateltavista pohti sitä, annetaanko sosiaalisen median käyttäjien määrittellä uutisaiheita, joista kirjoitetaan. Haastateltava pohti erityisesti sosiaalisessa mediassa syntyvistä kohuista uutisointia:

-- Mä oon miettiny jonku verran -- että annetaaks me agenda somen käsiin. Et onko semmosta reaktiivisempaa et me tehään juttuja siks koska niistä tulee kohuja tai siks koska ne on jo kohuja jossain. Emmä oo saanu siihen vastausta koska jotkut tekee jotkut ei ehkä. Joittenkin medioitten pääsisältö on se että tästä kohutaan somessa. Kaikkei mahtuu. Kyllähän se sellasta kohinaa varmaan lisää. Että ku kuitenkin päätösvalta on toimituksissa ja se pitää siellä pysyy riippumatta kohinasta että vaa pää kylmänä. Ja mä uskosin että me ollaan aika hyvin pystytty pitämäänkin pää kylmänä. (H4)

Kuten haastateltava kuvaili yllä, usea haastateltavista oli sitä mieltä, ettei Twitterissä julkaistuihin viesteihin tulisi luottaa sokeasti. Eräs haastateltava totesi, etteivät uutiset saisi perustua yhden käyttäjän twiittiin, vaan Twitterin käyttö vaatii sen, että henkilöä haastatellaan ja tehdään taustatyötä.

Kielteinen osallistuminen, jossa esimerkiksi levitetään tahallisesti disinformaatioita tai häiritään verkkokeskusteluissa (Quandt 2018, 40–41) nousi myös haastateltavien puheissa esiin. Eräs haastateltava koki ongelmalliseksi Twitterissä toimivat botit ja valeuutisia levittävät käyttäjät. Ne aiheuttavat ongelmia tietojen tarkastamisessa: *”oishan se hirveen paljon selkeempää ku vois luottaa siihen että kun siellä joku lähde jotain kirjottaa et se on lähtökohtaisesti jossain määrin luotettava lähde eikä niin et kaikki pitää tsekkailla moneen kertaan että mikäs tää nyt on.”* (H6)

Yksi haastateltavista pohti myös sitä, kuinka toimittajat joutuvat Twitterissä entistä julkisempaan rooliin julkaistujen juttujen myötä, ja Twitterissä olevat toimittajat voivat joutua tikun nokkaan:

-- tavallaan se kritiikki, mitä ihmisen tekemälle jutulle tulee niin on tosi julkista. -- Et se ihmisen niinkun semmonen viha ja pahantahtoisuus tulee aivan siis sieltä silmille. Ja se et sua voidaan julkisesti tavallaan haukkua ja lytätä miten paljon vaan ni se on ihan tosi huono puoli Twitterissä. (H1)

Tämä saattaa myös osoittautua tietynlaisena vastentahtoisuutena siinä, miten toimittajat haluavat Twitteriä käyttä. Toimittajat välttämättä halua osallistua keskusteluihin ainakaan omalla nimellään, jos heihin kohdistuu paljon kielteistä henkilökohtaista palautetta. Haastateltava toivoikin keskustelukulttuurin muuttuvan Twitterissä.

4.2.2. Twitter hyödyllinen uutistuotannon alkupäässä

Käytin haastattelun apuna uutistuotannon viittä vaihetta eli havainnointia, valintaa, tuotantoa, jakelua ja tulkintaa (Hermida 2011, 18). Pyysin haastateltavia kertomaan, kuinka he käyttävät Twitteriä kussakin viidessä vaiheessa. Kuten aiemmissa tutkimuksissa havaittiin, totesin Twitterin käytön painottuvan haastateltavien kohdalla uutistuotannon alkupäähän.

Moni haastateltavista kertoi käyttävänsä Twitteriä nimenomaan havainnoinnin vaiheessa. Kaksi haastateltavista koki havainnoinnin keskeisimmäksi vaiheeksi Twitterin käyttämiseen. Kuten kuvailin luvussa 4.2., moni haastateltavista koki Twitterin nimenomaan tiedonhankintakanavaksi ja paikaksi puheenaiheiden seuraamiseen. Hermida havaitsi tutkimuksessaan, että toimittajat arvostivat erityisesti tuoreisiin uutisiin kytkeytyviä tietoja (Hermida 2011, 17–18), mikä korostuu myös haastateltavieni vastauksissa. Havainnointi voi korostua haastateltujen toimittajien keskuudessa, sillä uutisdeskien toimenkuvaan kuuluu uutisoida mahdollisimman nopeasti. Jokaisen toimittajan omat

rutiinit voivat myös vaikuttaa siihen, mitä toimittajat käsittävät kuuluvaksi havainnointiin ja kuinka tärkeänä kukin toimittaja havainnointia pitää. Eräs haastateltavista sanoi käyttävänsä ensisijaisesti uutistoimistoja ja muita medioita uutisaiheiden etsimiseen Twitterin sijasta.

Suurin osa haastateltavista ei käyttänyt Twitteriä valinnan vaiheessa, mikä tukee aiempia tutkimustuloksia. Sekä Hermida (2011, 21) että Sirkesalo (2015, 64) totesivat tutkimuksissaan, että toimittajat halusivat tehdä päätökset uutisoitavasta sisällöstä. Haastateltavien mukaan Twitterin käyttö uutistuotannossa ei mitätöi journalistin roolia. Kuitenkin vastauksissa oli havaittavissa välillistä osallistumista valintaan, jota Partanen havaitsi tutkimuksessaan (Partanen 2014, 54–55) Erään haastateltavan mukaan Twitter toimi eräänlaisena apuvälineenä määrittelemään sitä, oliko aihe uutisoimisen arvoinen. Twitteristä tarkasteltiin puheenaiheiden kohdalla esimerkiksi sitä, että kuinka moni aiheesta puhui:

-- jos syntyy joku niin sanottu Twitter-kohu -- niin vähän screenataan et onks tää oikee kohu vai kohiseeko tästä vaan viis ihmistä niin semmoses arvottamisessa. Myös vähän katotaan miten laajalle asiat on levinny ja ketkä siihen ottaa kantaa ja onks siihen useita näkökulmi. (H4)

Eräs haastateltavista yhdisti valinnan ja tuotannon vaiheen toisiinsa. Twitteriä käytetään hänen mukaan valinnassa silloin, kun uutistilanne kehittyy ja uutisen rakentamiseen käytetään twiittiupotuksia:

-- me saatetaan paitsi että me käytetään Twitteriä sen asian tai henkilön tavoittamisessa ja sen jäljille pääsyssä niin me saatetaan käyttää myös twiittiupotuksia ja varsinki siinä vaiheessa ku se uutistilanne on vasta kehittymässä ja meillä ei ole mitään sen enempää sanottavaa ku lause tai kaks jolloin me saatetaan johdattaa lukijat sen alkuperäsen lähteen jäljille mistä ne voi tietenkä ite sitä seuranta jatkua halutessaan. Ja tää liittyy ehkä osittain tohon tuotantoon. (H3)

Valinnan ja tuotannon irrottaminen toisistaan ei välttämättä ole mielekästä tilanteissa, joissa uutinen päivittyy jatkuvasti, sillä päätöksiä tehdään kehittyvissä uutistilanteissa nopeasti ja vähäisen tiedon perusteella. Silloin voi olla tärkeämpää osoittaa, mihin saatu tieto perustuu kuin vaalia toimittajan roolia tiedon sanelijana. Eräs haastateltavista kertoi, että Twitteriä käytetään niin sanotusti ”ykköspainoksessa”. Kun lisä- ja taustatietoa tarvitaan, ei pelkkä Twitter enää riitä kertomaan tapahtuneesta. Vaikuttaa siltä, että journalistit suhtautuvat Twitter-käyttäjien osallistumiseen myönteisemmin äkillisten uutistapahtumien aikana, kuten Bruns on esittänyt (2011, 128).

Useat haastateltavat kertoivat käyttävänsä Twitteriä tuotannon vaiheessa. Yksi haastateltavista totesi tuottamisen vaiheen olevan tärkeimpiä Twitterin käyttötapoja uutistuotannossa. Tyypillinen tuottamisen tapa oli upottaa twiittejä uutisjuttuihin: *”meillähän käytetään se twiitti usein siinä jutussa eli se upotetaan juttuun ja tietysti sit avataan siinä leipätekstissä että hän sanoi näin ja näin.”* (H5)

Haastateltavien mukaan twiittiupotuksilla voidaan esittää eri mielipiteitä, reaktioita tai kuvia. Upotukset voivat olla tunnettujen henkilöiden tai tavallisten ihmisten.

Toinen tapa hyödyntää Twitteriä tuotannossa on joukkoistus. Eräs haastateltava kertoi, että toimituksessa on tehty joukkoistuksia sekä tiedotusvälineen että Twitterin kautta: *”me tehdään paljon kuvajoukkoistuksia ja sillonhan Twitter on tosi tärkeä.”* (H1) Muut haastateltavat eivät kertoneet käyttäneensä Twitteriä joukkoistukseen. Eräs haastateltavista kertoi, että joukkoistaminen ei ole tullut työssä tutuksi, sillä vuorovaikutus Twitter-käyttäjien ja toimituksen välillä on hyvin vähäistä:

-- puhuttiin sillon Twitterin alkuaikoina joukkoistamisesta ja jotenki tuntu trendikkäältä sillon ja oli jotenki semmost pientä pöhinää et tää on se tapa miten sitä voi käyttää mut mun mielestä sitä ei käytetä niin tai mä en itse ainakaan käytä niin ja mä en myöskään tiedä toimituksesta esimerkkejä et sitä käytettäis et kyl se jotenki se semmonen aktiivinen kanssakäynti Twitterissä toimituksen ja Twitter-käyttäjien kesken on tosi vähäistä -- (H6)

Pohdin, kuinka paljon median asema mediakentällä vaikuttaa siihen, miten esimerkiksi joukkoistamiseen suhtaudutaan. Lasorsa ym. (2012) havaitsivat, että eliittimediat olivat muita medioita haluttomampia jakamaan mielipiteitä ja ottamaan käyttäjiä osaksi uutistuotantoa (Lasorsa ym. 2012, 30–31). Sekä Yle että Helsingin Sanomat tekevät valtakunnallisia uutisia ja ovat luotettavuutta mitattaessa olleet vertailun kärjessä (Reunanen 2018, 22), minkä vuoksi niiden voisi ajatella olevan eliittimedioita. Twiittiupotukset eivät vaadi toimituksilta suuria ponnistuksia, eivätkä ne vie aikaa muulta uutistuotannolta. Näin mediat voivat myös yhä ylläpitää asemaansa mediakentällä. Joukkoistaminen taas vie taas enemmän aikaa, ja vaatii toimittajia itse olemaan aktiivisia keskustelun kävijöitä. Haastateltavien näkemyksiin on suhtauduttava myös varauksella, sillä vastauksissa mediatalon toimintakulttuuri sekoittuu yksittäisten toimittajien kokemuksiin.

Haastateltavat eivät juurikaan käyttäneet Twitteriä uutisten jakeluun. Syynä tähän oli todennäköisesti se, että molemmissa medioissa uutiset jaettiin automatisoidusti Twitteriin. Ylellä kaikki verkossa etusivulle nostettavat uutiset julkaistaan Twitterissä ja Helsingin Sanomilla kaikkien juttujen linkit julkaistaan Twitterissä. Yksi haastateltavista kertoi, että uutisia unohdettiin jakaa Twitteriin, ja siksi toimituksessa siirryttiin automatisoituun julkaisuun. Lisäksi uutiset saavuttavat yleisön paremmin, kun kaikki uutiset jaetaan Twitterissä. Haastateltavan mukaan Twitteristä lukijoita verkkosivulle tuovat puheenaiheet ja politiikka. Erään haastateltavan mukaan jakeluvaihe ikään kuin jää pois automatisoidun jaon kautta. Erään haastateltavan mukaan juttujen jakamiseen on toimituksessa kannustettu, sillä jutut leviävät siten laajemmalle yleisölle. Haastateltavan mukaan ketään ei kuitenkaan edellytetä julkaisemaan juttujaan Twitterissä. Vain yksi haastateltavista kertoi, että hän toisinaan on jakanut omia juttujaan ja markkinoineensa niitä Twitterissä.

Tulkinnan vaihe sai haastateltavien keskuudessa vain vähän huomiota. Osa haastateltavista kertoi, että Twitterissä käytävien keskustelujen ja kommenttien seuraamiseen ei ole aikaa uutisdeskissä. Yksi haastateltavista kuvaili tilannetta näin: *”se on niin erilaista tossa -- uutisdeskillä kun jossain osastolla et meillä ei oikeen ole edes aikaa seurata et miten tähän nyt reagoitiin vaan me ollaan jo seuraavassa jutussa tai tilanteessa.”* (H5) Eräs haastateltava kuvaili kuuluvansa niin sanotusti tuotantoportaaseen.

Tulkinnan hyötyjä ei kuitenkaan tyrmätty täysin. Eräs haastateltavista uskoi, että reaktioiden seuraaminen voisi olla hyödyllistä:

Se ois varmaan ihan hyödyllistä et mä ajattelen et se vois toisaalta antaa näkökulmia siihen ja mahdollisia jatkoaiheita -- tai et jos on ollut joku virhe vaikka artikkelissa niin sen varmasti joku siellä tuo julki mutta siihen ei oo hirveesti aikaa että niitä alkas sit ku ne on sinne menny -
- (H6)

Twitter voikin toimia eräänlaisena kommenttikenttänä, jonka kautta yleisö on esimerkiksi antanut palautetta (Partanen 2014, 55). Kaksi haastateltavista kertoi, että asiavirheistä tai jutun puutteista, kuten puuttuvista näkökulmista, oli huomautettu Twitterissä. Twitterissä tulevaan palautteeseen suhtauduttiin vakavasti, ja erään haastateltavan mukaan palautteeseen myös reagoidaan:

-- siihen aika herkästi reagoidaan -- et tietenki jos on virhe niin tottakai se heti korjataan ja mä oon tosi ilonen et jos se et jos ihmiset välittää tavallaan niin paljon meidän uutisista et ne jaksaa huomauttaa et hei sul oli tääl virhe et tietysti se tuntuu inhottavalta jos on tehny virheen se on kurjaa mutta parempihan se on että se huomataan ja korjataan. (H1)

Palautteen antaminen koski lähinnä yksittäisen toimittajan saamaa palautetta. Erään haastateltavan mukaan yhteiseltä Twitter-tililtä ei osallistuta keskusteluun. Haastateltava koki sen ongelmalliseksi, jos yhteistä Twitter-tiliä käytettäisiin keskustelun käymiseen. Muut käyttäjät eivät esimerkiksi voi tietää, kuka tiliä käyttää:

-- sieltä löytäis ittensä aika äkkiä solmusta jos me käytettäis sitä meidän yhteiskäytöstä Twitter-tiliä esimerkiksi journalistien ratkaisujen perusteluun ja ajauduttais ehkä mahdollisesti vääntöihinkin jonkun yleisön kanssa tai meidän lähteiden kanssa, koska kaikki ei mitenkään voi pysyä kärryillä siitä, että kuka niitä perusteluja siellä Twitter-handlen takana on tehny ja millasia ratkaisuja ja keskusteluja niihin päätöksiin mahdollisesti liittyy. (H3)

Toimittajia ei haluta pakottaa olemaan Twitterissä osana keskustelua, vaan käytön tulee lähteä oman kiinnostuksen pohjalta. Haastateltavan mukaan ne toimittajat, jotka vastaa Twitterin kautta tulleisiin palautteisiin ovat Twitterissä läsnä muutenkin.

Vaikuttaa siltä, että uutisdeski määrittelee monilta osin sitä, miten toimittajat käyttävät Twitteriä uutistuotannon viimesissä vaiheissa. Uutistuotannon alkuvaiheet ovat haastateltujen käsissä, minkä jälkeen jakelulle ja tulkinnalle ei ole tarvetta tai aikaa, sillä jakelu hoituu automaattisesti ja tulkinta

koostuu enimmäkseen palautteesta. Uutisten jakaminen tai keskusteluun osallistuminen yleisön sekä kollegoiden kanssa (Barnard 2018, 67–70) näyttäytyy haastateltavien työssä mahdottomana, jos toimittaja ei jaa uutisia tai käy keskustelua muiden käyttäjien kanssa omalta tililtään.

4.3. Twitter ja ammatti-ideologia

Haastateltavat kuvailivat rooliaan journalistina paljolti journalististen ydinarvojen näkökulmasta, jotka koostuvat julkisesta palvelusta, autonomiasta, objektiivisuudesta, nopeudesta sekä journalistisesta etiikasta. Haastateltavat kuvailivat tehtävikseen muun muassa toteuttaa sananvapautta, kertoa totuus, toimia nopeasti, rakentaa luottamusta yleisön kanssa, puuttua ongelmakohtiin ja kertoa tietoa puolueettomasti.

Luottamuksen rakentaminen yleisöön ja ongelmakohtiin puuttuminen ovat julkista palvelua, jolla ajatellaan kaikkien parasta. Nopeus voi liittyä uutisten ajankohtaisuuteen, mutta se voi myös kuvata uutisdeskien tarkoitusta julkaista tietoa mahdollisimman nopeasti. Totuuden kertominen ja tiedon puolueettomuus ovat osa journalistista etiikkaa. Objektiivisuus on ydinarvo itsessään, mutta sen mainitsi haastateltavista vain yksi. Autonomiaan kuuluvan sananvapauden mainitsi haastateltavista yksi roolia kuvatessaan. Uskoakseni haastateltavat ovat todennäköisesti kuvanneet ihanteitaan, joihin he pyrkivät, eikä niinkään arvojen toteutumista heidän työssään.

Haastateltavista moni mainitsi myös tehtäväkseen myös tarinankerronnan. Osa haastateltavista koki tehtäväkseen ympäröivästä maailmasta kertomisen ja sen järjeistämisen:

-- mä olen tietysti uutistoimittaja niin mun tehtävä on kertoa mitä maailmassa tapahtuu -- (H1)

-- jotenki tehdä ihmisille tästä maailmasta tolkkua. Siitä kai tässä on kysymys. -- Hirveen paljonhan se on myös niinku huhujen ja kohujen katkomista ja niinku semmosta ihmisten rauhotteluakin. (H4)

Tämä laittaakin pohtimaan, onko maailman tapahtumista kertominen ja tapahtumien suhteuttamien julkisen palvelun toteutumista yleisölle parhaalla mahdollisella tavalla. Toisaalta tarinankertojan rooli kuvaa nimenomaan notkean modernin journalisten, jotka arvostavat tiedonvälityksen lisäksi tarinankerrontaa ja keskustelua (Koljonen 2014, 77–80). Tämä tarkoittaisi, että journalistiset arvot ovat notkistuneet, jolloin olisi kiinnostavaa tietää, mitä on Twitterin osuus muutoksessa.

Haastateltavat eivät kokeneet, että Twitter olisi vaikuttanut heidän arvoihinsa merkittävästi. Eräs haastateltavista sanoi, että Twitter on ollut jo monta vuotta osana journalistin työtä, ettei työ enää muutu Twitterin myötä. Osa haastateltavista ilmaisi journalismin kriteerien toteutuvan huolimatta siitä, mitä välinettä käytetään:

-- kaikki ne hyvän journalismin kriteerit toteutuu tai ei toteudu oli se maasto missä toimitaan mikä tahansa et kyl mä nään sen, että ihan samat lainalaisuudet siellä toimii kun missä tahansa muuallakin niin kauan ku se väline on sulle jollain tapaa tuttu ja ne periaatteet jonka pohjalta siellä toimitaan -- (H3)

-- Kyllä se journalismi on journalismia, vaikka sitä savumerkeillä lähettäis tai niitä yrittäis tulkita. Tietysti kakssuuntasempaa tietyl taval et sulle tulee niinku impulsseja paljon enemmän. Mutta eihän sekään, että niitä impulsseja tulee niin paljon enemmän niin tota eihän sekää sit sitä niinku journalismia sinässään mikskään muuta. (H4)

On mahdollista, että haastateltavat kokivat Twitterin ja muun sosiaalisen median jo pysyväksi osaksi työtään, ja siksi Twitterin tuomia muutoksia on myös vaikea arvioida. Lisäksi toimittaja on saattanut omaksua ohjenuorana toimivat arvot jo ennen uransa alkua (Mäenpää 2015, 31), minkä vuoksi Twitter ei ole horjuttanut omaa ammatillista roolia. On myös mahdollista, että esimerkiksi tarinankertojan rooli on ollut osa haastateltavien roolia jo kauan ennen Twitteriä.

Haastateltavien vastauksista oli kuitenkin havaittavissa, mitä arvoja Twitter korostaa ja koettelee. Kuten yksi haastateltavista esitti, Twitter on muuttunut viestintää kaksisuuntaisemmaksi. Twitter lisää toimittajien vuorovaikutusta erilaisiin vaikuttajiin sekä yleisöön. Yksi haastateltavista koki, että Twitter ja siellä käytävät keskustelut ovat luoneet uuden keskustelufoorumin, jota toimittajana ei voi sivuuttaa. Haastateltavan mukaan Twitterissä käydään oikeaa yhteiskunnallista keskustelua. Eräs haastateltavista kertoi Twitterin lisänneen interaktiivisuutta, sillä sitä kautta ihmiset voivat lähettää selkeitä viestejä medialle. Twitterissä liikkuvat mielipiteet ja kommentit laajentavat näkökulmia: *”se ei riitä että toimittaja nyt kertoo tässä omia ja tiettyjen henkilöiden joille on sattunut soittamaan mielipiteitä vaan se voi ottaa hyvin paljon laajemmin ne huomioon näitä mielipiteitä ja kommentteja et se on kuitenkin avartanut sitä näkökulmaa.”* (H5)

Haastateltava mainitsee myös nopeuden ja reagoinnin, mikä vastausten perusteella on erityisesti uutiskilpailun kannalta Twitterin tärkeä ominaisuus. Twitterissä käytäviin keskusteluihin on osattava reagoida, ja reagoinnin on tapahduttava nopeasti. Eräs haastateltava koki, että Twitterin käyttö on tuonut kiirettä ja hektisyyttä lisää, sillä Twitterissä monet asiat tapahtuvat ajantasaisesti, eikä esimerkiksi kommentteja tule tiedotteiden kautta. Tämä vaatii toimittajilta ja toimitukselta yhä enemmän ketteryyttä ja valvettuneisuutta.

Twitterissä käytävän keskustelun myötä uutta tietoa on tarjolla koko ajan, mikä sai haastateltavat myös punnitsemaan journalistisia päätöksiään. Vaikuttaa siltä, että toimittajat joutuvat pohtimaan omaksuttua etiikkaa suhteessa siihen tietoon, mitä Twitter toimittajalle tarjoaa. Eräs haastateltavista koki, että Twitterin myötä uutisia tehdään yhä enemmän kohujen ja puheenaiheiden perusteella. Kun tarpeeksi moni on keskustelussa mukana, on tiedolla enemmän arvoa:

-- Twitter-keskustelut itsessään ja Twitter-kohut itsessään voivat olla jo uutiskriteeri vaikka se ei vielä resonois missään muualla ku Twitterissä ni tavallaan se että on muuttanu uutiskriteereitä ehkä semmoseen jossain määrin jopa löyhempään suuntaan että turhanpäiväsetkin semmoset väännöt et jos ne kerää taakseen siel Twitteris tarpeeks paljon ihmisii ja siellä tarpeeks moni ihminen siellä osallistuu siihen keskusteluun ni se nähdään uutisellisesti jo merkittävänä asiana. (H6)

Eräs haastateltava piti lähes itsestään selvänä sitä, että toimittajat osaavat tehdä näitä ratkaisuja ammatillisen asiantuntemuksensa puitteissa:

-- paljohan on puhuttu siitä että Twitterissä leviää tietoa jonku terrorismi-iskun aikana ihmisiltä ja tavallaan pitäis oppii kahlaamaan toimittajanki siinä sitte jotka ikään kun hakee sitä kautta tietoa jostain isosta uutistapahtumasta niin tavallaan uimaan siinä virrassa ja arpomaan sitä että mikä on totta ja mikä ei ja se varmaan ehkä jossain määrin vaikuttaa siihen mut se nyt on sitä normaalia minun mielestä ainakin niinku diginatiiveille journalistille tai toimittajille itsestään selvää että ei kaikkeen kannata uskoa mitä sanotaan Twitterissä. (H2)

Erään haastateltavan mukaan Twitter haastaa pohtimaan sitä, voisiko uutisia tehdä vielä paremmin: *”sitä joutuu perustelemaan itelleen että miks asioita tehdään tietyllä tapaa ja samalla että miten niitä asioita vois tehdä ehkä paremmin, miten niitä vanhoja käytäntöjä vois jalostaa onko jossain viilaamista.”* (H3)

Twitter on tuonut ydinarvojen rinnalle läpinäkyvyyden, jonka uskon vahvistavan ainakin julkista palvelua ja etiikkaa. Eräs haastateltava koki, että journalistisia päätöksiä tulisi kertoa avoimemmin yleisölle. Haastateltava punnitsi sitä, että Twitter on tuonut esiin ihmisten muuttuneen suhtautumisen journalismiin ja että yleisö epäilee median agenda. Tämä saattaa vaikuttaa siihen, miksi uutisia tehdessä ollaan entistä huoleellisempia ja perustellaan ratkaisuja yleisölle:

-- nykyään esimerkiksi kerrotaan yleisölle että miksi esimerkiksi emme kerro jonkun epäillyn nimeä tai emme näytä hänen kuvaansa jos on vaikka yleisöä kuohuttava rikos. Tai miksi kerromme heidän nimensä ja näytämme kasvot että sitä pitää sitä päätöksentekoa ja perustelua avataan nykyään enemmän yleisölle mikä on tosi hyvä ja se on varmaan osin somen ja Twitterin ansiota. (H1)

4.4. Twitterin rooli tulevaisuuden uutistyössä

Moni haastateltavista koki vaikeaksi pohtia Twitterin roolia tulevaisuuden uutistyössä ja sitä, kuinka pitkään Twitteriä käytetään uutistyössä. Haastateltavat kuvailivat Twitterin tulevaisuuden käyttöä melko samalla tavalla kuin nykyhetkessäkin. Haastateltavat uskoivat ja toivoivat, että Twitteriä käytetään myös tulevaisuudessa tiedonhankintaan. Eräs haastateltava kuvaili Twitterin toimivan heijastuspintana yhteiskunnassa, jota ilman olisi vaikea tehdä uutistyötä. Yksi haastateltavista koki, että tulevaisuuden hyötyjä on se, että Twitteristä saa nopeasti reaktioita ja että alusta on helppokäyttöinen. Eräs haastateltavista uskoi, että Twitterin käyttö toimii tulevaisuudessa nykyisessä roolissaan, sillä Twitteristä saa uutisiin paljon materiaalia.

Haastateltavien huolenaiheina olivat niin ikään nykyisen kaltaiset kipupisteet, eli oikean tiedon arvottaminen ja lähteiden käyttö. Erään haastateltavan mukaan nykyinen keskusteluilmapiiri kannustaa siihen, että tulevaisuudessa Twitterin käyttäjät saattavat piiloutua anonymiteetin taakse. Tämä taas vaikeuttaa toimittajana lähteiden tarkistamista: *”ne huonot puolet liittyy siihen, että tärkeitäkin toimijoita menee Twitterissä anonymiteetin taakse ja alkaa nimettömästi twiittailla. Sellasia jotka saattaa olla yhteiskunnan ja meidänkin työn kannalta tärkeitä asioita että niiden lähteiden tarkistamisesta tulee entistä vaikeampaa.”* (H3) Yhden haastateltavan mukaan Twitterissä on paljon tietoa ja samanaikaisesti nopeuden vaatimukset ovat kasvaneet. Haastateltavan mukaan riskinä on, että juttuihin päätyy paikkaansa pitämätöntä tietoa, mikä vaikuttaa median uskottavuuteen. Toisaalta haastateltava koki journalistin roolin vain korostuvan tulevaisuudessa, sillä journalistin on kuratoitava tietoa ja kertoa olennaisimmat tiedot yleisölle:

-- mitä enemmän sitä kaikkea tietoa tulvii joka puolelta ja mitä enemmän esimerkiksi Twitterissä leviää kaikenlaista tietoa niin sitä tärkeämpää on että on journalisteja ja toimittajia jotka kaiken sen keskellä pyrkii tavallaan mietitysti kokoamaan sitä tietoa yhteen ja kertomaan mikä lopulta oikeesti on totta ja mikä on tarkeeta ja miksi se on tarkeeta ja mitä puolia asioissa on -- (H6)

Haastateltavat esittivät myös näkemyksiä siitä, kuinka Twitteriä voitaisiin tulevaisuudessa käyttää entistä enemmän vuorovaikutuksen alustana journalistien ja Twitterin käyttäjien välillä. Kaksi haastateltavaa mainitsi vastauksissaan vuorovaikutuksen yleisön ja kansalaisten kanssa. Eräs haastateltava kuvasi vuorovaikutuksen kasvua näin: *”varmasti sitä vuorovaikutteisuutta kakssuuntasta viestintää tulee enemmän että ei oo pelkästään että tässä me kerromme tai että täällä me haemme tietoa vaan nimenomaan yleisön suuntaan vuorovaikutusta enemmän.”* (H1) Eräs haastateltava toivoi, että resurssien salliessa toimitus voisi olla näkyvämmiin Twitterissä keskustelijan asemassa: *”mä toivosin et sinne voitais vahvemmin ja rohkeammin jotenkin toimituskin voisi osallistua siihen keskusteluun ja toimittajat vois osallistua siihen keskusteluun ja myös kansalaiset pääsis sitä kautta sit vahvemmin kiinni siihen journalismiin.”* (H6)

Aktiivisuuden lisäksi haastateltavat uskoivat, että toimittajat ovat työnsä takia Twitterissä enemmän esillä tulevaisuudessa. Erään haastateltavan mukaan henkilökohtainen julkisuus lisääntyy, ja toimittajat ovat entistä enemmän esillä Twitterissä ja sosiaalisessa mediassa. Yksi haastateltavista uskoi ammatillisten päivitysten lisääntyvän ja keskustelujen omien juttujen ympärillä kasvavan. Tähän liittyy myös se, että toimittajat luovat kuvaa itsestään, minkä haastateltava koki hyvänä asiana. Eräs haastateltavista uskoi toimittajien twiittaavan ammatillisesti yhä enemmän, ja vastaavasti ne, jotka eivät koe välinettä omakseen, jäivät Twitteristä pois.

5. Päätelmät

Tutkielmassani selvitin, kuinka uutisdeskeissä työskentelevät journalistit arvioivat Twitterin vaikuttavan journalistisiin käytäntöihin ja sen myötä arvoihin tuottaa uutisjournalismia. Tässä luvussa esitän yhteenvetoni tuloksistani ja esitän näkemykseni siitä, kuinka tulokset suhteutuvat aiempiin käsityksiin Twitterin ja sosiaalisen median vaikutuksista uutisjournalistin työhön. Lisäksi arvioin tutkimuksen toteuttamista sekä jatkotutkimusmahdollisuuksia.

5.1. Twitterin vuorovaikutteisuus vaatii toimittajia mukautumaan

Toimittajien yleinen kokemus Twitterissä määritteli kokonaisuudessaan sitä, kuinka toimittajat suhtautuvat Twitterin käyttöön. Toimittajat pitivät Twitteriä lähinnä työvälineenä uutisdeskeissä tehtävässä työssä. Vapaa-ajan käyttö oli työorientoitunutta, ja Twitter koettiin vapaa-ajallakin nimenomaan työtä helpottavaksi. Vapaa-ajalla toimittajat seurasivat työhön liittyviä keskusteluja tai Twitteristä etsittiin juttuaiheita. Toimittajat eivät juurikaan osallistuneet Twitterissä käytäviin keskusteluihin vapaa-ajalla. Toimittajat ikään kuin tarkoituksenmukaisesti jättäytyvät pois käyttäjäkeskeisestä toiminnasta, jota van Dijck on kuvannut Twitterin pääajatukseksi (2013, 71). Syynä vähäiseen käyttöön oli erityisesti ikävä keskusteluilmapiiri. Twitter-keskustelujen kielteisyys saattaa olla suurin syy sille, että Twitteriä lähinnä selailtiin vapaa-ajalla.

Toimittajien passiivista käyttötappaa korostaa se, että töissä Twitteriä käytettiin pääasiallisesti yhteisen tilin kautta. Yhteinen tili ei anna mahdollisuutta keskustelujen käymiseen, sillä tiliä käytettiin vain ennalta annettujen käyttäjien seuraamiseen. Passiivista käyttöä voi selittää myös se, että Twitterin käyttöön ei annettu varsinaisia ohjeita. Haastateltavat tiedostivat, että Twitteriä kuului töissä seurata yhteiseltä tililtä, vaikka näin ei olisikaan suoraan sanottu. Oman tilin käyttäminen ja keskustelu oli vapaaehtoista. Nämä kirjaamattomat ohjeet ovat voineet vaikuttaa siihen, etteivät toimittajat kokeneet, että heitä olisi rohkaistu käyttämään Twitteriä. Toimittajat noudattivat tietynlaista käytöskoodia Twitterissä, joka erään toimittajan mukaan liittyi Journalistin ohjeisiin. Sosiaalista mediaa koskevien käytöstapojen voi ajatella määrittelevän Twitterin käyttöä siten, että työkäytön ja vapaa-ajan käytön ei anneta sekoittua toisiinsa, jotta näitä sääntöjä ei rikota. Oman tilin käyttöön kannustaminen voisi muuttaa käsitystä Twitterin ammatillisesta käytöstä niin, että toimittajat löytävät alustalta itseään kiinnostavia keskusteluja ja kokevat, että voivat hyödyntää keskusteluja ja Twitterin käyttäjiä aiempaa rohkeammin työssään.

Myös Twitterin käyttöön kohdistuvat asenteet toimittajien keskuudessa voivat erota, minkä vuoksi osa toimittajista koki kollegoiden käyttävän Twitteriä alustana enemmän keskustelemiseen.

Haastateltavien kuvailut ”Twitter-orientoituneista” tai ”somepersoonista” määrittävät sitä, että osalle toimittajista keskustelujen käyminen on hyvin luontevaa ja he voivat kokea Twitterin juuri vuorovaikutuksen paikkana. Haastateltavat eivät vastauksissaan määritelleet aktiivisten kollegoiden työnkuvaa toimituksissa. Uutisdeski saattaa määritellä sitä, kuinka toimittajat käyttävät Twitteriä. Työn nopean luonteen vuoksi omien verkostojen luomiseen saati keskusteluihin ei välttämättä ole aikaa. Tällainen toiminta ei myöskään saisi vaikuttaa uutisointiin, mikä antaa ymmärtää, että vuorovaikutus on toissijaista uutistuotannon ohella.

Tulokseni tukivat aiempia käsityksiä siitä, kuinka Twitterin on havaittu vaikuttavan journalistisiin käytäntöihin. Twitterin merkitys journalistin työssä on tulosteni mukaan hyödyllinen tiedonlähteenä ja puheenaiheita etsiessä. Barnard havaitsi toimittajien käyttävän Twitteriä tiedonkeruuseen ja lähteytykseen (2018, 66–70). Omassa tutkimuksessani haastateltavien Twitterin käyttö kiteytyy erityisesti uutiskilpailuun, kun mediat kilpailevat nopeudesta. Nopeutta vaativia tilanteita ovat esimerkiksi äkilliset uutistapahtumat, joissa tietoa on vähän saatavilla. Tämä vahvistaa käsitystä siitä, että sosiaalinen media on hyödyllinen kriisiluontoisten uutisten kohdalla (Huuskonen 2018, 227). Twitter säästää aikaa ja tarkoittaa parhaimmillaan uutisvoittoja medialle. Uutistapahtumat korostavat myös sitä, kuinka journalistit suhtautuvat Twitterin käyttäjiin. Brunsin mukaan uutistapahtumasta kiinnostuneet käyttäjät, viranomaiset ja muut järjestöt voivat olla osana uutistuotantoa (Bruns 2011, 128), mikä pätee myös tulosteni kohdalla.

Uutistapahtumien lisäksi myös Twitterissä liikkuvista ajankohtaisista puheenaiheista ja kohuista uutisoitiin. Puheenaiheissa merkittävää oli se, kenen keskusteluita toimittajat pitivät merkittävänä. Tärkeimpiä olivat haastateltavien mukaan vaikutusvaltaisten käyttäjien, kuten poliitikkojen kommentit. Poliitikkojen päivityksistä uutisoiminen tukee myös tutkimustuloksia siitä, että sosiaalisen median verkostoissa käyttäjien rooli uutistuotannon verkostoissa on eriarvoinen. Poliitikot voisi luokitella kuuluvaksi mielipidevaikuttajiin, jotka toimivat lähteenä tai antoivat ideoita juttujen tekoon (Ferrucci 2018, 9–13). Väite siitä, että Twitter olisi julkkisten, poliitikkojen ja ammattimaisten viestijöiden pelikenttä (von Nordheim, Boczek & Koppers 2018, 821) on tulosteni perusteella jossain määrin oikeutettu. Näitä käyttäjiä pidetään toimituksissa suuremmassa arvossa kuin tavallisten käyttäjien näkemyksiä. Heidän merkitystä voi korostaa se, että vaikutusvaltaisia käyttäjiä seurataan toimitusten yhteiskäyttöiseltä tililtä. Nämä käyttäjät kuuluvat Twitterin eliittiin, jotka todennäköisesti ovat aktiivisimpia keskustelujen kävijöitä (van Dijck 2013, 74). Twitter on mahdollistanut tavallisten käyttäjien pääsyn julkisuuteen, mutta se ei ole muuttanut toimittajien lähteytyskäytäntöjä.

Toisaalta haastateltavat olivat huolissaan myös siitä, millaista tietoa uutisiin nostetaan ja keneltä viestit ovat peräisin. Eliittilähteiden käyttö ei välttämättä lisääkään uutisten arvoa, vaan tekevät uutisista pintapuolisia. Twitteristä tulee käyttäjille mielipiteiden markkinapaikka, ja tämä koskee nähdäkseni juuri käyttäjiä, joilla on suuri seuraajakunta. Nämä käyttäjät voivat vääristää uutisointia tai yrittää vaikuttaa uutisagendaan. Olennaisen tiedon erottaminen tietomassasta oli myös toimittajien huolenaihe tutkimuksessani. Toimittajien mukaan Twitterissä julkaistuihin viesteihin ei kuitenkaan saa luottaa sokeasti. Tämä mielestäni osoittaa, että Twitterissä pyritään toteuttamaan journalistisia arvoja uudessa ympäristössä (Huuskonen 2018, 230). Uskon, että Twitter-eliitti voi nopeuden ja tietotulvan keskellä helpottaa uutisointia, sillä vaikutusvalta perustelee eliitin asemaa myös uutisissa. Jos vaikutusvaltaisia käyttäjiä kuunnellaan ilman kriittistä arviointia, voivat toimittajat vahvistaa eliitin asemaa Twitterissä ja uutistuotannossa entisestään. Toisaalta ongelma on myös uutistilanteesta riippuvainen. Äkillisten uutistapahtumien keskellä tätä ongelmaa ei välttämättä ole, sillä yksittäisen käyttäjän on vaikea erottua massasta sosiaalisessa verkostossa (Bruns 2011, 130).

Tuloksissa yllätti se, ettei kielteinen osallistuminen (Quandt 2018, 40–41) näkynyt haastateltavien vastauksissa enempää. Maininnat kuitenkin vahvistavat sen, että Twitterin käyttöön liittyy myös osallistumisen ikäviä puolia. Yksi haastateltava oli huolissaan väärän tiedon leviämisestä ja toinen verkkokeskustelujen häirinnästä, etenkin journalisteihin kohdistuvan hyökkäävän käytöksen vuoksi. Voi olla, ettei tuloksissani disinformaatio näyttäytynyt ongelmana siksi, että toimittajat luottavat omaan ammattitaitoon erottaa oikea tieto valheellisesta. Ikävän käytöksen kokemusten vähäisyys johtunee siitä, että haastateltavat eivät juurikaan käyneet keskustelua Twitterissä. Quandt kirjoittaa sosiaalisen median alustojen olevan vaarallisia osallistumisen paikkoja, sillä niillä käyttäjät voivat osallistua uutistuotantoon missä tahansa vaiheessa tuotantoa (emt., 41), mutta tulosteni perusteella osallistuminen tapahtuu lähinnä tiedonkeruun ja lähteytyksen kautta.

Haastateltavat kuvasivat käyttävänsä Twitteriä uutistuotannon viiden vaiheen (Hermida 2011, 18) alkupäässä. Twitterin käyttö painottuu erityisesti havainnoinnin vaiheeseen. Twitterin käyttäjiä hyödynnettiin tiedonhankinnassa. Käyttäjien voisi katsoa myös osallistuneen puheenaiheiden kautta ideointiin (Partanen 2014, 53 & Sirkesalo 2015, 62–63). Toisaalta ajatus siitä, että käyttäjät osallistuvat vain kevyiden aiheiden tuottamiseen (Hermida 2011, 21–22) ei esiintynyt tutkimustuloksissani. Uutisdeskissä työskentely saattaa määrittää sitä, minkä aiheiden kohdalla Twitterin käytöstä on hyötyä. Uutisdeskissä työskennellään painavien uutisten kanssa, joissa nopeus on valttia. Puheenaiheutisetkin liittyivät usein talouden ja politiikan uutisointiin.

Harva haastateltava koki käyttävänsä Twitteriä suoraan valinnan vaiheessa, mikä tukee aiempien tutkimusten (Hermida 2011, 21 & Sirkesalo 2015, 64) tuloksia. Twitterin käyttäjät saattoivat

osallistua välillisesti valintaan (Partanen 2014, 54–55), esimerkiksi määrittämällä mikä aihe on uutisoimisen arvoinen. Välillistä osallistumista puoltaa se, että uutisdeskissä toimittajilla ei ole aikaa käydä keskustelua käyttäjien kautta. Uutisdeskissä työskentely määrittelee sitä, että toimittajat eivät keskustele Twitterin käyttäjien kanssa vaan ”lukkaavat” verkossa, ja hyödyntävät sisältöä journalistisiin tarkoituksiin (Vainikka ym. 2013, 101). Eräs haastateltava liitti valinnan tuotannon vaiheeseen, niissä tilanteissa, joissa uutinen päivittyy. Uutisten ensimetreillä Twitterin käyttäjien tiedot voivat painaa suuresti. Silloin on tärkeintä kertoa yleisölle, mistä tiedot ovat peräisin.

Tämä laittaa myös pohtimaan journalistin roolia portinvartijana, sillä valinnan vaihetta voi kutsua myös portinvartijuudeksi (Hermida 2011, 18). Toimittajien itseymmärrykseen on kuulunut päättää siitä, mitä yleisön pitäisi tietää (Singer 1997, 73). Välillinen osallistuminen ei mielestäni vielä haasta toimittajien roolia portinvartijoina, sillä Twitterin käyttäjät eivät edes tiedä heidän viestiensä päätyvän osaksi uutistuotantoa. Lisäksi yksin Twitterin tiedot eivät riitä selittämään tapahtumien merkitystä yleisölle, vaan siihen vaaditaan usein toimittajan tekemää taustatyötä. Kuitenkin käyttäjät jakavat tietoa Twitterissä ja kuratoivat sitä, minkä vuoksi toimittajat ovat lähinnä porttien tarkkailijoita uutistilanteiden kehittyessä (Bruns 2011, 121–122).

Porttien tarkkailu ei vielä tarkoita, että toimittajien asema olisi heikentynyt uutistuotannossa. Reunasen ja Koljosen mukaan yleisön käymään keskusteluun reagointi ei välttämättä merkitse autonomian rajoittamista, ellei toimittaja itse koe toimintavapautensa rajoittuneen (2014, 158–159). Tätä kuvaa esimerkiksi se, että toimittajat tekivät tuotantovaiheessa päätöksiä siitä, mitä twiittejä uutisiin upotetaan. Toimittajien rooli asiantuntijoina kaikissa tilanteissa ei ehkä ole enää sama, mutta Twitterin käyttö ei muuta toimittajien roolia uutisarvoisen tiedon sanelijana. Toimittajilla ei ollut juurikaan kokemuksia joukkoistamisesta. Voi olla, että toimittajat eivät halunneet ottaa Twitterin käyttäjiä osaksi uutistuotantoa median aseman vuoksi ja siten vaarantaa median uskottavuutta. Toisaalta uusien käytäntöjen omaksuminen ei ole yksin toimittajien haluista kiinni vaan ennemmin toimituskulttuurista riippuvaista.

Toimittajat eivät juurikaan osallistuneet uutistuotannon vaiheista jakeluun tai tulkintaan. Sekä Ylellä että Helsingin Sanomissa jakelu on automatisoitu, eikä ketään edellytetty jakamaan juttujaan. Tulkinnan vaiheessa Twitter toimi parhaimmillaan kommenttikenttänä asiavirheille, mutta yhteisen Twitterin kautta ei osallistuttu keskusteluun. Tulokseni eivät eroa merkittävästi aiemmista tutkimuksista, joissa jakelu kuului pääosin journalismin ammattilaisille (Hermida 2011, 23) ja yleisön kommentit toimivat palautteena toimittajille (Partanen 2014, 55). Twitterin vähäinen käyttö uutistuotannon viimeisissä vaiheissa selittyy osittain sillä, että uutisdeskissä toimittajan rooli on tehdä uutisia, jolloin heidän vastuulla ei ole ensisijaisesti esimerkiksi määritellä uutisten jakelua tai

osallistua uutisen tulkintaan. Uutisdeskissä tähän ei myöskään ole aikaa. Eräs haastateltava suhtautui myönteisesti tulkintaan, mutta koki ettei aika esimerkiksi riitä virheiden korjaamiseen. Esimerkiksi toimittajien reaaliaikaisia lähetyksiä tai julkista keskustelua yleisön ja kollegoiden kanssa (Barnard 2018, 66–70) ei haastateltavien keskuudessa nähty. Tuloksissa painottuisivat todennäköisesti eri uutistuotannon vaiheet, jos aineistona olisi ollut uutisdeskin ulkopuolella työskentelevät journalistit. Aineistoon tehtyjen rajausten vuoksi en pysty tarjoamaan vastauksia koko uutistuotantoon koskeviin kysymyksiin Twitterin käytöstä. Olisi vertailun vuoksi kiinnostava tietää, kuinka toimittajat uutisdeskin ulkopuolella käyttävät Twitteriä.

Toimittajat eivät kokeneet Twitterin muuttaneen heidän rooliaan journalistina. Haastateltavat nojasivat työssään journalismin perinteisiin ydinarvoihin eli julkiseen palveluun, objektiivisuuteen, autonomiaan, nopeuteen ja etiikkaan. Toisaalta Twitter ja muu sosiaalinen media on ollut jo niin pitkään osa journalistien työtä, ettei sen vaikutuksia osata välttämättä arvioida neutraalisti. Lisäksi toimittaja on saattanut omaksua ohjenuorana toimivat arvot jo ennen uransa alkua (Mäenpää 2015, 31), minkä vuoksi Twitterin ei ole koettu horjuttavan ammatillista roolia. Kuitenkin haastateltavat kuvailivat tehtäväkseen myös tarinankerronnan. Voisi ajatella, että tarinankerronta on vain julkista palvelua parhaimmillaan ja siten tarinankertojan rooli on ollut osa haastateltavien roolia jo ennen Twitteriä. Kuitenkin tarinankerronta, nopeuden ja uutiskilpailun ohella ovat arvoja, jotka kuvailevat notkean modernin journalistieja (Koljonen 2014, 77–80). Tapahtumien selittäminen ja nopeus journalistisina arvoina saattavat korostua juuri Twitterin käytön vuoksi.

Twitterin käyttö painottaa vuorovaikutteisuutta toimittajien ja ammatin ulkopuolisten välillä, mikä on vaikuttanut esimerkiksi siihen, kuinka nopeuteen suhtaudutaan. Twitterissä käydään keskustelua, johon on pystyttävä reagoimaan nopeasti. Tämä vaatii toimitukselta jatkuvaa tiedon valvomista. Muut sosiaalisen median alustat eivät tarjoa Twitterin tavoin jatkuvasti tiedon impulsseja. Twitterin ja tarinankerronnan yhteys ilmenee siinä, kuinka toimittajat kertoivat etsivänsä Twitteristä puheenaiheita uutisoitaviksi. Tarinoita löytää muualtakin sosiaalisesta mediasta, mutta Twitterissä erityistä on vaikutusvaltaisiin henkilöihin kohdistuvat tarinalliset uutiset.

Nopeuden korostuminen ei välttämättä kerro vain toimittajien arvoista, vaan se voi heijastaa myös toimitusorganisaatioiden arvoja (Ettema, Whitney & Wackman 1997, 33). Journalistit yrittävät toteuttaa sekä omia että mediatalon ideaaleja. Mediaorganisaatioiden kulttuuri vaatii jatkuvaa kilpailua (Ahva 2010, 98), mikä näkyy myös siinä kuinka Twitteriä käytetään erityisesti äkillisissä uutistilanteissa ja nimenomaan uutistuotannon alkupäässä. Onkin syytä myös pohtia, kuinka paljon toimittajat mukauttavat käytäntöjään ja siten myös arvojaan Twitterin kaltaisessa ympäristössä, jossa uutiskilpailu kiihtyy entisestään.

Vuorovaikutteisuus ja jatkuva tiedon virta haastoi toimittajia pohtimaan myös omaa etiikkaansa. Barnardin tutkimuksessa tiedon totuudellisuus ja sen vahvistaminen oli yksi suurimpia huolia Twitteriä koskevissa keskusteluissa (Barnard 2018, 76–77). Tutkimuksessani toimittajat pohtivat tiedon oikeellisuutta sekä niitä journalistisia perusteita, joilla Twitterin keskusteluista tehdään uutisia. Tämä huoli nousi esiin myös toimittajien tulevaisuudennäkymissä. Twitter mahdollistaa anonymiteetin, mikä voi tulevaisuudessa vaikeuttaa lähteiden tarkastamista. Toisaalta huoli sai toimittajat tukeutumaan entistä enemmän journalistiseen etiikkaansa ja ennen kaikkea omaan asiantuntemukseensa siitä, että olennainen tieto pystytään erottamaan Twitterissäkin.

Mahdollisesti juuri edellä esittämiäni haasteiden vuoksi Twitter korostaa myös läpinäkyvyyttä. Toimittajien on entistä enemmän kerrottava journalistisista päätöksistään. Avoimuutta on esitetty objektiivisuuden vaihtoehdoksi (Reunanen & Koljonen 2014, 93–94), mutta itse näen läpinäkyvyyden vahvistavan journalistien etiikkaa ja myös julkista palvelua. Toimittajat voivat havainnollistaa päätöksentekoaan yleisölle ja samalla ylläpitää omaa journalistista etiikkaansa. Avoimuuden on ajateltu lisääntyvän muun muassa siitä syystä, että eräänlainen henkilölähtöisyys kasvaa (Reunanen & Koljonen 2014, 115–118). Tuloksissani tämä näkyi haastateltavien tulevaisuudenkuvissa. Toimittajat uskoivat, että he ovat tulevaisuudessa aiempaa enemmän esillä Twitterissä. Tutkimustulokseni antavat ymmärtää, että haastateltavien eetosessa toteutuu ajatus siitä, ettei teknologioiden käyttäminen ei tarkoita eettisten rajojen ylittämistä vaan ydinarvojen ylläpitämistä (Gillmor 2006, 134–135).

Toimittajien mukaan journalistit voisivat käyttää Twitteriä tulevaisuudessa alustana vuorovaikutukseen toimittajien ja yleisön välillä. Tulevaisuudenkuvat kuvastavat toimittajien omia toiveita ja näkemyksiä Twitterin käytöstä, joten niihin on suhtauduttava varoen. Tulosteni perusteella näyttää siltä, että Twitter lisää tulevaisuudessa journalistista pääomaa, esimerkiksi vuorovaikutusta ja toimittajien henkilöitymistä (Barnard 2018, 70–71). Toimittajien habitus, kuten avoimuus (emt., 71–72), on jo muuttunut. Jos toimittajat antaisivat vuorovaikutukselle enemmän tilaa, voisivatko journalistit keskittyä journalismin ytimeen, kuten Bruns ehdottaa (Bruns 2011, 126–127)? Barnardin mukaan journalistisen arvot muuttuvat journalistisen pääoman ja habituksen muuttuessa (Barnard 2018, 78). Twitterin kaltaisten alustojen myötä journalistit joutuvat pohtimaan yhä enemmän sitä, millä arvoilla he työtään määrittelevät.

5.2. Tutkimuksen arviointi ja jatkotutkimusideat

Tutkimustuloksiini vaikuttavat aineistoon tehdyt rajaukset sekä teemahaastatteluiden tulkinta. Valitsemani aineisto on tuottanut rajaustensa kaltaisia tuloksia. Ensinnäkin uutisdeskeissä työskenteleminen tuottaa tietynlaisia tuloksia, kuten olen aiemmin päätelmissäni esittänyt. Twitterin käyttäminen uutisdeskeissä saattaa olla epätavallisen korostunutta, ja siitä syystä jotkin käyttötavat ja arvot saattavat korostua tuloksissani. Esimerkiksi nopeus ja julkinen palvelu ovat arvoina sellaisia, jotka korostuvat uutisdeskien uutistuotannossa. Lisäksi medioiden rajaaminen Helsingin Sanomiin ja Yleen kertoo toimittajien ylläpitämien journalististen arvojen lisäksi myös organisaatioiden omasta mediakulttuurista. Kuitenkin uutisdeskien toimintamalli näissä toimituksissa vaikuttaa olevan melko yhtenäinen. Esimerkiksi Twitterin käytön ohjeistuksessa vastaukset haastateltavien välillä on yhtenäisiä. Siksi uskon, että toimitusten omat kulttuurit ovat journalistisia arvoja pienemmässä roolissa. Eroja mahdollisesti tasaa myös se, että haastateltavia oli tasainen määrä molemmista mediaorganisaatioista.

Koska aineistoni on harkinnanvarainen, liittyy haastateltavien valintaan esimerkiksi se, kuinka pyytämäni avainhenkilöt ovat käsittäneet esimerkiksi kokoaikaisen työskentelyn ja toimittajan tehtävät. Siitä syystä aineistossani on vaihtelua esimerkiksi haastateltavien työtehtävien ja työsuhteiden välillä. Tämä on saattanut vaikuttaa siihen, millaisia käytäntöjä haastateltavilla on ja mitä yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia käytäntöjen välillä olen analyysissäni löytänyt. Toki haastateltavia ohjaa myös omat henkilökohtaiset arvot, joita tutkimuksessa en ole pystynyt ottamaan huomioon anonymiteetin vuoksi.

Analyysi on tutkijan tulkintaa, eivätkä tulokseni siksi kerro ehdotonta totuutta journalistisista käytännöistä ja arvoista. Analyysissäni näkyvät ne teemat, jotka olen kokenut tärkeäksi. Teemahaastattelurunko perustuu viitekehykseeni, mutta olisin voinut rakentaa teemahaastattelurungon myös toisin. Olisin esimerkiksi voinut jättää tulevaisuuden roolin käsittelemättä. Koin tämän kuitenkin tärkeäksi, jotta pystyin tarkastelemaan, mitä Twitterin tulevaisuuden käyttö kertoo journalististen arvojen muutoksesta. Lisäksi haastattelututkimuksen tekeminen oli minulle uutta, mikä on saattanut vaikuttaa haastattelutilanteeseen. Olen itse aiemmin työskennellyt Helsingin Sanomien uutisdeskissä, mikä on saattanut vaikuttaa analyysiini. Vaikka olen pyrkinyt pitämään kokemukseni etäällä analyysiä tehdessäni, on omakohtainen kokemus toisesta tutkittavasta uutisdeskistä saattanut tiedostamattani vaikuttaa tulkintoihini.

Teemahaastattelu palveli tarkoitustaan tutkimuksessa, jossa pyritään selvittämään journalistien kokemuksia Twitterin käytöstä sekä arvoista, joita journalistit yhdistävät tähän. Haastateltavien

kokemuksissa oli yhtäläisyyksiä, jotka vahvistivat aiemmissa tutkimuksissa esitettyjä näkemyksiä tutkimastani. Tutkimuksen olisi voinut toteuttaa myös esimerkiksi sisällönanalyysillä uutisista, joissa Twitteriä on käytetty. Sisällönanalyysi voisi parhaimmillaan avata näkemyksiä siitä, millaisiin uutisiin Twitter soveltuu ja millaisessa roolissa Twitter on uutisissa. Kuitenkaan sisällönanalyysillä en pääsisi selvittämään, onko Twitterin käytöllä vaikutusta journalistisiin arvoihin. Teemahaastattelu antoi näkökulman siihen, kuinka uutisdeskeissä työskentelevät toimittajat kokevat journalistiset arvot työssään ja mikä merkitys Twitterillä on arvoihin.

Käytäntöjen ja arvojen muutoksen tutkimista sosiaalisessa mediassa voisi jatkaa esimerkiksi siten, että Twitterin sijasta tarkastelisi jotain toista alustaa. Twitter määrittelee tutkimuksessani paljon käytäntöjä, ja siitä syystä esimerkiksi nopeus arvona korostuu. Selvittämällä, kuinka toimittajat käyttävät esimerkiksi Facebookia tai Instagramia, voisin paremmin vastata siihen, onko sosiaalinen media todellisuudessa vaikuttanut arvoihin, kuten aiemmissa tutkimuksissa on annettu ymmärtää. Alustojen erot todennäköisesti tasapainottaisivat journalismin ydinarvojen merkittävyyttä.

Lisäksi olisi kiinnostavaa tutkia sitä, muuttuvatko arvot, kun sosiaalisen median käyttäjien osallistuminen uutistuotantoon on kielteistä (Quandt 2018). Sosiaalisessa mediassa liikkuva tieto ainakin tämän tutkimuksen perusteella haastaa journalismin etiikkaa. Olisi hedelmällistä haastatella toimittajia, joilla on kokemusta kielteisestä osallistumisesta sosiaalisessa mediassa ja selvittää, miten kielteinen osallistuminen vaikuttaa käsitykseen journalismista ja mitä keinoja sen estämiseksi on.

Lähteet

Kirjat ja artikkelit

- Ahva, Laura (2010) *Making News with Citizens: Public Journalism and Professional Reflexivity in Finnish Newspapers*. Tampere: Tampere University Press. Saatavilla: <http://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-8288-5> [Viitattu: 21.11.2019]
- Barnard, Stephen R. (2018) *Citizens at the gates: Twitter, networked publics, and the transformation of American journalism*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan. Saatavilla: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/tampere/detail.action?docID=5422306> [Viitattu: 26.11.2019]
- Borger, Merel, van Hoof, Anita, Costera Meijer, Irene & Sanders, José (2013) Constructing Participatory Journalism as a Scholarly Object. *Digital Journalism* 1 (1): 117–134. DOI:10.1080/21670811.2012.740267 <https://doi-org.libproxy.tuni.fi/10.1080/21670811.2012.740267> [Viitattu: 25.11.2019]
- Bruns, Axel (2011) Gatekeeping, Gatewatching, Real-Time Feedback: new challenges for Journalism. *Brazilian Journalism Research* 7(2): 117–136. DOI:10.25200/BJR.v7n2.2011.355 Saatavilla: <https://search-proquest-com.libproxy.tuni.fi/docview/2057065872?pq-origsite=summon> [Viitattu: 28.11.2019]
- Chadwick, Andrew (2013) *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford: Oxford University Press. Saatavilla: <https://libproxy.tuni.fi/login?url=https://www.dawsonera.com/abstract/9780199344062> [Viitattu: 22.11.2019]
- Deuze, Mark (2005) What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism* 6(4): 442–464. DOI: 10.1177/1464884905056815. Saatavilla: <https://doi-org.libproxy.tuni.fi/10.1177/1464884905056815> [Viitattu: 21.11.2019]
- Deuze, Mark (2007) *Media Work*. Cambridge: Polity. Saatavilla: <http://www.tampere.ebib.com/patron/FullRecord.aspx?p=1175982> [Viitattu: 19.11.2019]
- van Dijck, José (2013) *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford; New York: Oxford University Press. Saatavilla: <https://libproxy.tuni.fi/login?url=https://www.dawsonera.com/abstract/9780199970797> [Viitattu: 22.11.2019]

- Domingo, David, Quandt, Thorsten, Heinonen, Ari, Paulussen, Steve, Singer, Jane B. & Vujnovic, Marina (2008) Participatory journalism practices in the media and beyond: An International Comparative Study of Initiatives in Online Newspapers. *Journalism Practice*, 2 (3): 326–342. DOI: 10.1080/17512780802281065. Saatavilla: <https://doi-org.libproxy.tuni.fi/10.1080/17512780802281065> [Viitattu: 22.11.2019]
- Eskola, Jyrki & Suoranta, Juha (1998) *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino. Saatavilla: <https://www.ellibslibrary.com/tay/978-951-768-035-6> [Viitattu: 19.10.2019]
- Ettema, James S., Whitney, Charles D. & Wackman, Daniel B. (1997) Professional Mass Communicators. Teoksessa Berkowitz, Dan (toim.) *Social meanings of News: A Text-Reader*. Thousand Oaks: Sage Publications, 31–50.
- Fenton, Natalie & Witschge, Tamara (2011) 'Comment is free, facts are sacred': journalistic ethics in a changing mediascape. Teoksessa Meikle, Graham & Redden, Guy (toim.) *News Online: Transformations and Continuities*. New York: Palgrave Macmillan, 148–163.
- Ferrucci, Patrick (2018) Networked Social media's impact on news production in digital newsrooms. *Newspaper Research Journal* 39(1): 6–17. DOI: 10.1177/0739532918761069 Saatavilla: <https://doi-org.libproxy.tuni.fi/10.1177/0739532918761069> [Viitattu: 22.11.2019]
- Gillmor, Dan (2006) *We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol, CA: O'Reilly.
- Hermida, Alfred (2012) Social Journalism: Exploring how social media is shaping journalism. Teoksessa Eugenia Siaperä, (toim.) *Handbook of global online journalism*. Somerset: Wiley, 309–328. Saatavilla: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/tampere/detail.action?docID=861695> [Viitattu: 19.11.2019]
- Hermida, Alfred (2011) Mechanisms of Participation: How audience options shape the conversation. Teoksessa Singer, Jane B., Hermida, Alfred, Domingo, David, Heinonen, Ari, Paulussen, Steve, Quandt, Thorsten, Reich, Zvi & Vujnovic, Marina (toim.) *Participatory journalism: guarding open gates at online newspapers*. Malden: Wiley. 13–33. Saatavilla: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/tampere/detail.action?docID=700654> [Viitattu: 25.11.2019]
- Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena (2008) *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus. Saatavilla: <https://www.ellibslibrary.com/tay/9789524958868> Viitattu: 16.11.2018

- Huuskonen, Laura Maria (2018) Ensi tiedot Twitteristä? Sosiaalisen median lähteet reaaliaikaisessa verkkouutisoinnissa. Teoksessa Isotalus, Pekka, Jussila, Jari & Matikainen, Janne (toim.) *Twitter viestintänä: Ilmiöt ja verkostot*. Tampere: Vastapaino, 211–232.
- Isosaari, Inka (2014) *Uusia välineitä, vanhoja käyttötapoja? Poliitiikan toimittajat Facebookissa ja Twitterissä*. Tampereen yliopisto: Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Saatavilla: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:uta-201404111329> [Viitattu: 26.11.2019]
- Isotalus, Pekka, Jussila, Jari & Matikainen, Janne (2018) Twitter viestintänä ja sosiaalisen median ilmiönä. Teoksessa Isotalus, Pekka, Jussila, Jari & Matikainen, Janne (toim.) *Twitter viestintänä: Ilmiöt ja verkostot*. Tampere: Vastapaino, 9–30.
- Koljonen, Kari (2014) Tyytyväiset uudistajat ja tyytymättömät perinnetietoiset – Vapauden kokemukset toimitusorganisaatioissa. Teoksessa Luostarinen, Heikki & Raittila, Pentti (toim.) *Journalistin vapaus*. Tampere: Vastapaino, 74–96.
- Lasorsa, Dominic, Lewis, Seth & Holton, Avery (2012) Normalizing Twitter. Journalism practice in an emerging communication space. *Journalism Studies*, 13 (1): 19–36. DOI: 10.1080/1461670X.2011.571825 Saatavilla: <https://doi-org.libproxy.tuni.fi/10.1080/1461670X.2011.571825> [Viitattu: 25.11.2019]
- Lawrence, Regina G., Radcliffe, Damian & Schmidt, Thomas R. (2018) Practicing Engagement: Participatory journalism in the Web 2.0 era. *Journalism Practice*, 12 (10): 1220–1240. DOI: 10.1080/17512786.2017.1391712 Saatavilla: <https://doi-org.libproxy.tuni.fi/10.1080/17512786.2017.1391712> [Viitattu: 25.11.2019]
- Lehtonen, Pauliina (2013) *Itsensä markkinoijat: Nuorten journalistien urapolut ja yksilöllistyvä työelämä*. Tampere: Tampere University Press. Saatavilla: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-44-9076-7> [Viitattu: 21.11.2019]
- Lietsala, Katri & Sirkkunen, Esa (2008) *Social media: Introduction to the tools and processes of participatory economy*. Tampere: Tampere University Press. Saatavilla: <http://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-7320-3> [Viitattu: 22.11.2019]
- Matikainen, Janne & Villi, Mikko (2018) Uutismedia ja journalistit Twitterissä: joukkoviestintää vai vuorovaikutusta? Teoksessa Isotalus, Pekka, Jussila, Jari & Matikainen, Janne (toim.) *Twitter viestintänä: Ilmiöt ja verkostot*. Tampere: Vastapaino, 193–210.

Mäenpää, Jenni (2015) *Tulevaisuuden toimittajat: Journalistiopiskelijoille suunnatun surveyn tuloksia Suomesta*. Tampere: Tampereen yliopisto, COMET – Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus. Saatavilla: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-44-9940-1> [Viitattu: 21.11.2019]

von Nordheim, Gerret, Boczek, Karin & Koppers, Lars (2018) Sourcing the Sources. An analysis of the use of Twitter and Facebook as a journalistic source over 10 years in The New York Times, The Guardian, and Süddeutsche Zeitung. *Digital Journalism*, 6(7): 807–828. DOI: 10.1080/21670811.2018.1490658 Saatavilla: <https://doi-org.libproxy.tuni.fi/10.1080/21670811.2018.1490658> [Viitattu: 25.11.2019]

Partanen, Inka (2014) *Verkkokeskustelun merkitys maakuntalehdelle ja sen yleisölle, esimerkkinä Satakunnan Kansa*. Tampereen yliopisto: Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Saatavilla: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:uta-201405261481> [Viitattu: 25.11.2019]

Peltier-Davis, Cheryl Ann (2015) *The Cybrarian's Web 2: An A-Z Guide to Free Social Media Tools, Apps, and Other Resources*. Medford, New Jersey: Information Today Inc. Saatavilla: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/tampere/detail.action?docID=3433393> [Viitattu: 27.10.2019]

Pöyhtäri, Reeta, Väliaverronen, Jari & Ahva, Laura (2014) *Mistä on suomalainen toimittaja tehty? Worlds of Journalism -surveyn tuloksia Suomesta*. [Tampere]: Tampereen yliopisto, viestinnän, median ja teatterin yksikkö. Saatavilla: <http://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-9506-9> [Viitattu: 21.11.2019]

Quandt, Thorsten (2018) Dark Participation. *Media and Communication*, 6 (4): 36–48. DOI:10.17645/mac.v6i4.1519 Saatavilla: <http://dx.doi.org.libproxy.tuni.fi/10.17645/mac.v6i4.1519> [Viitattu: 25.11.2019]

Raeymaeckers, Karin, Deprez, Annelore, De Vuyst, Sara & De Dobbelaer, Rebeca (2015) The journalist as a Jack of all trades: Safeguarding the gates in a digitized news ecology. Teoksessa Vos, Tim P., & Heinderyckx, François (toim.) *Gatekeeping in Transition*. New York: Routledge, 104–119.

Reunanen, Esa (2018) Uutismedia Verkossa 2018. Reuters Institute Digital News Report. Suomen Maaraportti. Tampere: Tampereen yliopisto, COMET – Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus. Saatavilla: <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/103750/978-952-03-0796-7.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Viitattu: 27.11.2019]

Reunanen, Esa & Koljonen, Kari (2014) *Toimittajien sanasijat*. Tampere: Tampere University Press. Saatavilla: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-44-9681-3> [Viitattu: 22.11.2019]

- Saarikoski, Petri, Suominen, Jaakko, Turtiainen, Riikka & Östman, Sari (2013) *Sosiaalisen Median Lyhyt Historia*. Helsinki: Gaudeamus.
- Shoemaker, Pamela J., Tim P. Vos & Stephen D. Reese (2009) Journalists as gatekeepers. Teoksessa Karin Wahl-Jorgensen and Thomas Hanitzsch (toim.) *Handbook of journalism studies*. New York: Routledge, 73–87.
- Singer, Jane B. (1997) Still Guarding the Gate? The Newspaper Journalist's Role in an on-Line World. *Convergence the Journal of Research into New Media Technologies*, 3 (1): 72–89.
- Singer, Jane B., Hermida, Alfred, Domingo, David, Heinonen, Ari, Paulussen, Steve, Quandt, Thorsten, Reich, Zvi & Vujnovic, Marina (2011) *Participatory journalism: guarding open gates at online newspapers*. Malden: Wiley. Saatavilla: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/tampere/detail.action?docID=700654> [Viitattu: 25.11.2019]
- Sirkesalo, Aino (2015) *Yhteistyötä toimituksen ehdoilla: Toimittajien näkemyksiä yleisön osallistamisesta*. Tampereen yliopisto: Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Saatavilla: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:uta-201506011567> [Viitattu: 25.11.2019]
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli (2018) *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi (Uudistettu laitos ed.)*. Helsinki: Tammi. Saatavilla: <https://www.ellibslibrary.com/fi/tay/9789520400118> [Viitattu: 1.5.2019]
- Upola, Terhi (2018) *Livenä ja läsnä: Verkon uudet juttutyypit*. Helsinki: At House.
- Vainikka, Eliisa (2014) Toimittaja yksityisen ja julkisen leikkauspisteessä – Yksityisyyden, verkko-osallistumisen ja ammatillisen minän suhde. Teoksessa Luostarinen, Heikki & Raittila, Pentti (toim.) *Journalistin vapaus*. Tampere: Vastapaino, 118–141.
- Vainikka, Eliisa, Noppari, Elina, Heinonen, Ari & Huhtamäki, Jukka (2013) *Twiiiteriyhmiä Ja Uutispäivittelyä: Toimittajana Sosiaalisessa Mediassa*. Tampere: Tampereen yliopisto. Saatavilla: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-44-9151-1> [Viitattu: 25.11.2019]
- Väliaverronen, Esa (2009) Journalismi kriisissä. Teoksessa Väliaverronen, Esa (toim.) *Journalismi murroksessa*. Helsinki: Gaudeamus, 13–32. Saatavilla: <https://www.ellibslibrary.com/tau/9789524956796> [Viitattu: 19.11.2019]

Elektroniset lähteet

Honkonen, Marja (19.10.2018) Digiennustaja. Artikkel. Journalisti. Saatavilla:

<https://www.journalisti.fi/artikkelit/2018/12/digiennustaja/> [Viitattu: 19.11.2019]

Julkisen sanan neuvosto (2013) Journalistin ohjeet ja liite. Saatavilla:

https://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/ [Viitattu: 21.11.2019]

Julkisen sanan neuvosto (2011) Journalistin ohjeet ja liite. Saatavilla:

https://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/ [Viitattu: 21.11.2019]

Tilastokeskus (2019) Vapaa-ajan osallistuminen, Tieto- ja viestintätekniikka. Verkkojulkaisu.

Saatavilla: <http://www.stat.fi/til/vpa/index.html> [Viitattu: 26.11.2019]

Liite 1. Teemahaastattelurunko

Teemahaastattelurunko

1. Taustatiedot

1.1. Ikä

1.2. Sukupuoli

1.3. Työpaikka

1.4. Asema työpaikalla

a) Tarkennatko sitä, kuinka työpisteesi toimii?

1.5. Kuinka kauan olet työskennellyt kyseisessä työpaikassa?

2. Yleinen kokemus Twitteristä

2.1. Kuvaile, kuinka käytät Twitteriä?

a) Miten kuvailisit Twitterin käyttöä työn ulkopuolella?

2.2. Kuinka usein käytät Twitteriä?

2.3. Mihin käytät Twitteriä?

2.4. Millaisena koet Twitterin käytön ja miksi?

3. Twitterin merkitys journalistin työssä

3.1. Kuvaile, miten käytät Twitteriä työssäsi.

3.2. Miten uskot kollegoidesi käyttävän Twitteriä työssään?

3.3. Kuinka usein käytät Twitteriä työssäsi?

a) Onko päivittäistä rutiinia, joka siihen liittyy?

b) Onko annettu jotain ohjeita siitä, että miten Twitteriä pitäisi päivän aikana käyttää?

3.4. Millaisissa tilanteissa Twitter on mielestäsi hyödyllinen? Miksi?

3.5. Kuinka hyödynnät Twitteriä uutistuotannon vaiheissa? (havainnointi, valinta, tuotanto, jakelu ja tulkinta)

3.6. Onko jokin vaihe, jossa et käytä tai et haluaisi käyttää Twitteriä?

3.7. Millaisen uutisten tekemiseen olet käyttänyt Twitteriä?

3.8. Muuttaako Twitterin käyttö uutissisältöjä? Miten?

a) Mitä myönteisiä vaikutuksia?

b) Mitä kielteisiä vaikutuksia?

3.9. Onko Twitterin ammatillinen käyttö työnantajan edellyttämää vai omaehtoista?

3.10. Toivoisiko Twitterin käytön muuttuvan työssäsi?

4. Twitter ja ammatti-ideologia

4.1. Kuvaile rooliasi journalistina.

4.2. Muuttaako Twitterin ammatillinen käyttö omaa rooliasi journalistina? Miten?

4.3. Kuinka Twitterin ammatillinen käyttö vaikuttaa käsitykseen journalismista?

5. Twitterin rooli tulevaisuudessa

5.1. Millainen rooli Twitterillä pitäisi mielestäsi uutistyydyssä olla tulevaisuudessa?

5.2. Mitä a) hyötyjä b) haittoja näet Twitterillä olevan osana uutistuotantoa tulevaisuudessa?

5.3. Miten Twitter vaikuttaa journalistin rooliin tulevaisuudessa?

6. Jotain muuta lisättävää, joka ei keskustelussa ilmennyt?